

307



Dağıtım Kanalı

Ev Aletleri Sektöründe Türkiye'nin Uzman Dergisi

Ayda bir yayınlanır / Ocak 2025 / Yıl: 27 / ISSN 1302 308X

www.dagitimkanali.com.tr



SOLARA
Şarjlı Dik Süpürge
Rechargeable Vacuum Cleaner
ET13450



Yerinizden
tasarruf edin!

Yer kaplamayan tasarımı sayesinde dilediğiniz yerde rahatlıkla konumlandırabilir ve istediğiniz zaman kolayca elinizin altında bulabilirsiniz.



ETKİN VE GÜÇLÜ TEMİZLİK

400 W BLDC motoru sayesinde halı, koltuk ve sert zeminlerde güçlü bir performans gösterir. Bunun dışında üç kademeli hız ayarı ile ihtiyacınıza göre süpürmeye imkan sağlar. Işıklı fırçaları gözden kaçan veya görülmeyen kirlerin detaylı temizliğine yardımcı olur ve 45 dakikaya kadar kullanım süresi ile uzun süreli süpürme imkanı sunar.

TEKNOLOJİ
MAĞAZASI

M Metalline
Electromechanic Systems

YENİ ÜRÜN

DESK-LINE

Güç Hep Yanında!



Tüm Metalline modelleri için kodu okutun, daha fazlasını keşfedin!



@teknolojimagazasicom



Teknoloji Mağazası



@teknolojimagazasicom

Her yüzeyde etkili temizlik için 2'si 1 arada çözüm!

WD 6 Pure Clean 2 IN 1

Islak Kuru Dikey Şarjlı Süpürge

WD 6 Pure Clean, ıslak ve kuru temizliğin yanı sıra leke temizleyiciye dönüşerek zorlu lekeleri kolayca yok eder.



ISLAK & KURU
TEMİZLİK



LEKE TEMİZLEME
ÖZELLİĞİ



KENDİ KENDİNİ
TEMİZLEME ÖZELLİĞİ



AKILLI
KİR ALGILAMA



KENDİNDEN İTİŞ
ÖZELLİĞİ



TÜRKÇE
SESİLİ UYARI

fakir.com.tr

Fakir
HAUSGERÄTE

YENİ



DESIGNED, TESTED AND
APPROVED IN GERMANY





YENİ
Tealuxe
Elektrikli Çay Makinesi



YENİ
Nihavend
Elektrikli Çay Makinesi



YENİ
Tremolo
Elektrikli Çay Makinesi

İçindekiler

6 **Dağıtım Kanalı'nın İzindeyiz**
Dağıtım Kanalı'nın İzindeyiz'de yeni rotamız SAKARYA

26 **Sektör**
LG Brandshop, teknoloji yatırımcılarının gözdesi olmaya devam ediyor
Bülent Bülbül
LG Electronics Türkiye B2C Satış Direktörü

28 **Söyleşi**
Dijital dönüşüm ve e-ticaret alanlarında yatırımlarımızı artırarak, müşterilerimize daha hızlı ve etkili hizmet vermeyi amaçlıyoruz
İrfan Gürses
Gürses Kurumsal Yönetim Kurulu Başkanı

30 **Sektör Haberi**

38 **Dernek**
Tüketiciler fiyattan çok işlevselliğe bakıyor
Senur Akın Biçer
KESİD Yönetim Kurulu Başkanı

40 **Makale**
"Evetler" ciroyu "hayırlar" karlılığı artırır
Alpay Kajan

42 **Ürünler**

44 **SineMadem**
Yarım asırlık hazineler - 1975'in En İyi 6 Filmi

 [instagram.com/dagitimkanali](https://www.instagram.com/dagitimkanali)

 [youtube.com/dagitimkanali](https://www.youtube.com/dagitimkanali)

 [facebook.com/dagitimkanali](https://www.facebook.com/dagitimkanali)

 [x.com/dagitimkanali](https://www.x.com/dagitimkanali)

0850 850 5464
king.com.tr **KING**
f t i /KingEvAletleri

Milli hedef belli olmuştur. Ona ulaşacak yolları bulmak zor değildir. Denebilir ki, hiçbir şeye muhtaç değiliz. Yalnız bir tek şeye çok ihtiyacımız vardır:

ÇALIŞKAN OLMAK!





Electrolux

Çok yönlü ıslak/kuru temizlik mükemmel performans

800 Serisi Mop Başlıklı Islak/Kuru Kablosuz Süpürge

Otomatik
su püskürtme
düzenekli
çift döner paspaslı
mop başlık

10 YIL
MOTOR
GARANTİSİ*

90

dakikaya varan
kesintisiz
temizlik**

60
GÜN***

EP82H25WET
Mop Başlıklı Kablosuz Süpürge

*Şart ve koşullara tabidir. Detaylı bilgi için www.electrolux.com.tr

**Yalnızca el ünitesine motorlu bir başlık takılmadan yapılan IEC 62865-4 temizlik alanı ve süresi testi. **0,5 m²/s çalışma hızında ileri geri hareket kullanarak belirtilen alanı tamamlayan ürünün temizleme kapsamı.

***Kampanya hakkında detaylı bilgi için www.electrolux.com.tr

www.electrolux.com.tr



ÜRÜNÜNÜZÜ SATIN
SERVİS HİZMETİNİ
BİZE BIRAKIN!



TSE
İşlemleri



81 YIL
1200
Servis



Eğitim



Servis
Denetimi



Yedek Parça
Yönetimi



Servis
Yönetimi



Servis Hakediş
Yönetimi



Teknik
Destek



Çağrı
Merkezi



Online Veri
Yönetimi



Raporlama

HTS, uzman kadrosu ve ileri teknoloji altyapısı ile 17 yıldır en iyi servis hizmeti vermeye devam ediyoruz.

HTS, klima, elektronik, beyaz eşya, ankastre ürünler ve küçük ev aletleri konularında Türkiye'nin en iyi hizmet veren 1200 servis noktası ile müşteri memnuniyeti ve sadakati için çalışıyor.

Siz de bu güce katılın...



HTS Teknik Hizmetler San. Tic. A.Ş

(0216) 527 82 83 www.htsteknik.com

Site Mh. Adıvar Sk. No: 24 Ümraniye - İstanbul

SUNUŞ



YILDIRIM SÖYLEMEZ
yildirim.soylemez@dagitimkanali.com.tr

2024'te son durağımız Sakarya

Bu ay rotamızdaki Sakarya'nın dinamik beyaz eşya bayilerine konuk olduk. Şehrin önde gelen bayilerini ziyaret ederek, sektördeki güncel gelişmeleri ve zorlukları yakından inceleme fırsatı bulduk. Ziyaretlerimiz sırasında hem mağaza vitrinlerindeki yenilikçi ürünleri hem de müşteri memnuniyetine dayalı satış stratejilerini gözlemledik. Sakarya'nın beyaz eşya pazarındaki hareketliliği, sektöre olan güçlü talebin ve hizmet kalitesinin bir göstergesi olarak dikkat çekiyor.

Bölgedeki sektör temsilcileriyle gerçekleştirdiğimiz röportajlarda, geleceğe dair planlar, dijitalleşmenin iş süreçlerine etkisi ve yerel ekonomiye katkılar öne çıkan konular oldu. İş ortaklarımızın samimi ev sahipliği ve paylaştıkları değerli bilgiler, sektörün gücünü ve büyüme potansiyelini bir kez daha gözler önüne serdi. Sakarya'dan edindiğimiz izlenimler, beyaz eşya sektörünün Türkiye genelindeki gücünü bir kez daha teyit ediyor. Bu konuda ziyaretlerimize destek veren ve bu ziyaretlerimize sponsor olan, yaptığı iş ile Türkiye'de tek olan EFS Elektronik Yönetim Kurulu Başkanı Sayın Serkan Altınbaşak'a da teşekkür ederiz.

Beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektörünün öncü firmalarından Gürses Kurumsal, yatırımlarına ara vermeden devam ediyor. Zorlu geçen 2024 yılını hedeflerine ulaşıyor ve 2025 yılına da stratejik adımlar, ortaklıklar ve yeni projelerle girmeye hazırlanıyor. Şirket, yakın zamanda yeni 28.000 m²'lik deposunu da devreye alarak hem operasyonel süreçlerini hızlandırıyor hem de depolama alanını ciddi oranda artırıyor. Yeni depo yatırımı ve şirket özelindeki son gelişmeleri Gürses Kurumsal Yönetim Kurulu Başkanı İrfan Gürses ile konuştuk.

2025 tüm güzellikleri ile gelsin

Yeni bir yılın eşiğindeyiz. 2025 yılı, hepimize geçmişten aldığımız derslerle geleceğe daha umutlu bakma fırsatı sunuyor. Geride bıraktığımız yılın zorluklarını, kazandığımız deneyimlerle ve dayanışmamızla aştık. Şimdi ise yeni hedeflere odaklanma, daha güçlü bir şekilde ilerleme zamanı. 2025'in, bireyler ve toplumlar olarak potansiyelimizi gerçekleştireceğimiz, dayanışmanın ve yeniliklerin yılı olmasını diliyoruz. Sürdürülebilir bir geleceğe katkıda bulunmak, bilimin ışığında yeni keşiflere imza atmak ve kültürel değerlerimizi zenginleştirerek dünyaya tanıtmak, hepimizin ortak sorumluluğu.

Bu yeni yıl, sadece takvimde bir değişiklik değil, aynı zamanda yaşamlarımızda yeni bir sayfa açma fırsatıdır. Çalışmalarımızda mükemmeli ararken, bir yandan da anlamlı ve kalıcı değerler yaratmak için daha çok çalışacağımıza inanıyoruz.

Yeni yılınız kutlu olsun, güzel zamanlarda bir araya gelebilmek dileğiyle...

Yıldırım Söylemez



UĞUR'LA TAPTAZE BİR YILA MERHABA







2025 yılı evinize Uğur getirsin.



 **UĞUR**

 444 84 87

    /UGURSOGUTMA





Dağıtım Kanalı'nın İzindeyiz'de yeni rotamız SAKARYA

Dağıtım Kanalı'nın İzindeyiz projesi kapsamında bayi ziyaretlerine bu defa Sakarya'daki bayileri ziyaret ederek devam ettik. Sakarya, lokasyonu İstanbul'a yakınlığı ile bilinen ve son yıllarda bungalov turizmi ile adından sıkça söz ettiren bir şehrimiz. Şehrin insanları, 1999 yılı Marmara depreminin üzerinden bunca yıl geçmesine rağmen hala o acıyı içlerinde yaşıyor ve unutmamışlar. Yıllar içinde düzgün kentleşme, mimari yapısı ve düzenli trafiği ile İstanbul nüfusunun hafta sonu nefes almak için geldiği hem sanayiye hem turizme, hem de tarımı bünyesinde barındıran zengin bir şehir konumuna gelmiş Sakarya. Bölgenin en önemli bayilerinden Müftüoğlu Kardeşler DTM A.Ş.'den devamlı gelen daveti bu sefer ertelemedik ve bölgede beyaz eşya sektörünün durumunu öğrenmek üzere Sakarya'ya gittik. Fatih Müftüoğlu'nun mihmandarlığında bölgenin ileri gelen bayileri ile görüşmeler yaptık. Onlarla yaptığımız sohbetlerde hem sektörü konuştuk hem de son yıllarda yaşadıkları sıkıntıları kayda geçtik.

Sakarya bayilerinde dikkatimizi çeken durum ise şu oldu: Ziyaret ettiğimiz hemen hemen tüm bayiler, 3. veya 4.

nesil olarak işlerine sevecek devam ediyorlar. Yılların tecrübeli ismi İbrahim Müftüoğlu ve torunu ile sohbet etmek, sektördeki gelişmeleri onların bakış açısıyla öğrenmek, yaptığımız ziyaretlerin sektöre ne kadar faydalı bir iş olduğunu bir kez daha kanıtladı. Bu ziyaretlerimiz sırasında bize destek olan ve kapılarını açarak bir fincan kahve ısmarlayan bayilerimize teşekkürlerimizi sunarız.

Ayrıca, bu ziyaretlerimize destek veren ve yaptığı iş ile Türkiye'de tek olan EFS Elektronik Yönetim Kurulu Başkanı Sayın Serkan Altınbaşak'a da teşekkür ederiz. Kendisi, 1998 yılından bu yana Çekmeköy'deki 10 bin metrekarelik kapalı alana sahip deposuyla yenilenmiş ürün (refurbished) kategorisinde faaliyet göstermeye devam etmektedir. Kendi alanlarında yeterli donanıma sahip 75 kişilik personeliyle müşteri memnuniyetini ön planda tutarak, ürün satışı, onarımı, teknik servis ve satış sonrası tüm hizmetleri titizlikle yürütmektedir. Desteğinden dolayı bir kez daha teşekkür ederiz.

Yıldırım Söylemez
Dağıtım Kanalı Dergisi
İmtiyaz Sahibi

EFS Elektronik olarak
27 yıldır sektördeyiz.

Son 15 yıldır beyaz, kahverengi eşya ve küçük ev aletleri konusunda yenileme (refurbished) yapmaktayız.

Bu konuda Türkiye'deki tek firmayız. Yenilenmiş ürünlerle hem ülke ekonomimize hem de azalan hammaddelerden dolayı dünyaya katkılarımız olmaktadır. Çevre Bakanlığı'ndan Elektronik atık geri dönüşüm ve yenileme belgesine, sıfır atık belgesine, çeşitli TSE ve ISO belgelerine sahibiz. Dünya markaları ile yıllardır çalışmaktayız. İşimizi her yıl genişleterek büyütülmekteyiz. 2025 yılında yeni markalarla da iş birliklerimiz olacaktır.

Serkan Altınbaşak
EFS Elektronik
Yönetim Kurulu Başkanı

YEŞİL DÖNÜŞÜM

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE TEKNOLOJİNİN GÜCÜ



Çevresel Faydalar

Refurbished ürünler, kullanılmış elektroniklerin yeniden değerlendirilip yenilenmesi yoluyla çevresel etkiyi önemli ölçüde azaltır. Bu süreç, e-atık miktarını azaltarak ve enerji tasarrufu sağlayarak doğal kaynakları korur.

Enerji Verimliliği

Refurbished ürünler, enerji verimliliği sağlayarak işletmelerin enerji maliyetlerini düşürür. Yenilenmiş elektronik cihazlar, üretim süreçlerinde daha az enerji harcar ve bu sayede karbon ayak izini minimize eder.

E-Atık Azaltma

Kullanılmış elektroniklerin yeniden değerlendirilmesi, e-atık miktarını azaltır ve geri dönüşüm süreçlerini destekler. Bu, doğal kaynakların korunmasına ve çevresel kirliliğin azaltılmasına yardımcı olur.

Kalite Kontrol ve Dayanıklılık

Refurbished ürünler, sıkı kalite kontrol süreçlerinden geçer ve dayanıklılıklarını garanti altına alınırlar. Bu, işletmelerin güvenle bu ürünleri kullanabilmesini sağlar.

Maliyet Tasarrufu

Refurbished ürünler, yeni ürünlere kıyasla daha ekonomik bir seçenek sunar. Bu, işletmelerin maliyetlerini düşürerek bütçelerini daha verimli kullanmalarına olanak tanır.

Bizimle Çalışmanın Avantajları

Yüksek kalite ve güvenilirlik sunarken maliyetlerinizi düşürürüz. Çevreye duyarlı ve sürdürülebilir çözümlerimizle katkıda bulunur, uzmanlığımızla müşteriye özel çözümler ve uzun vadeli iş ortaklıklarını kurarsınız.

Çalıştığımız Markalar

SAMSUNG

Tefal

Rowenta

Ariete

KRUPS

WMF

BergHOFF

Detaylı bilgi ve işbirlikleri için
www.efselektronik.com



WEB'E GİR



@efselektronik



İşinizi sevin, sabırlı olun, tasarruflu olun, kazancınızı muhafaza edin

İbrahim Müftüoğlu / Müftüoğlu Kardeşler DTM - SAKARYA



İbrahim Müftüoğlu kimdir? 1970 li yıllardan itibaren Kırtasiyecilik ile başlayan ticaret hayatınızdan bugünlere kadar nasıl geldiniz, anlatır mısınız?

3 Mart 1948 yılında Sakarya'nın Adapazarı ilçesinde dünyaya geldim. Eğitim hayatımı Adapazarı'nda tamamladım. Ticarete olan merakım küçük yaşlarda rahmetli babamın bakkal dükkânında çalışarak başladı ve ilgi duymamı sağladı. Daha sonrasında babamın iznini ve hayır dualarını alarak abilerimi de ikna ederek kırtasiye sektörüne girerek ticari hayatımıza başladık. 1972 yılında şehrimizde beyaz

eşya ticareti yapan bir firmayı devir alarak iş kollarımıza dayanıklı tüketim mallarını da dahil ettik. 1983 yılında şehrimize o günün şartlarında 1. sınıf 52 yataklı bir otel kazandırarak iş kollarımıza otelciliği de ekledik. Yine aynı yıllarda ofis mobilyaları ve ofis malzemeleri satışını da bünyemize dâhil ettik. Bu organizasyonlarımız 17 Ağustos 1999 tarihi Marmara depremine kadar devam etti. Şehrimizin almış olduğu büyük hasar nispetinde bizde ağır yıkımlar yaşadık. Deprem sonrasında diğer işlerimizi bırakarak sadece Dayanıklı Tüketim Malları ve Elektronik Ürünler üzerine ağırlık vererek ben ve çocuklarım yeni rotamızı belirledik.

Şu anda 2 mağazada toplam 3500 m² teşhir alanı üzerinde bize güvenen 25 kıymetli çalışanımız ve 5000 m² depolama alanı ile kıymetli hemşerilerimize hizmet etmekteyiz.

İbrahim Bey uzun bir ticari hayat geçmişiniz var bunun dışında sosyal tarafınızda bir hayli gelişmiş durumda, bize İbrahim Müftüoğlu'nun sosyal hayatından ve çalışmalarından söz eder misiniz.?

Ticari hayatımızı geliştirirken, yaşadığımız şehrin sıkıntılarını ve mutluluklarını ifade etmek için hem siyasetin hem de şehrimizin önemli STK'larında görev almaktan çekinmedim. Sakarya Ticaret ve Sanayi Odası Yönetim Kurulu Başkan Vekilliğini, Sakarya Spor Kulüp Başkanlığını ve birçok STK'da çalışarak katkı vermeye gayret ettim.

Eminim ki ticaret hayatınızda birçok kriz dönemleri geçirdiniz genç meslektaşlarınıza böylesine çalkantılı ve kriz dönemlerde buradan neler tavsiye etmek istersiniz?

Tabi ki bu uzun ticari yaşantımız içerisinde çok önemli kırılmalar yaşadım. Darbeleri gördüm, savaş gördüm, ekonomik krizler gördüm, depremler gördüm, pandemi gördüm bu kadar olumsuzluk içerisinde tecrübe ettiğim, benden sonra gelen evlatlarıma ve torunlarıma ve kıymetli genç meslektaş kardeşlerimize tavsiye edeceğim şey; işinizi sevin, sabırlı olun, tasarruflu olun, kazancınızı muhafaza edin.

Perakendecilik işi sevmeden yapılacak bir iş değil, mesleğinizin zorlukları nelerdir? Son zamanlarda "bayilik bitiyor" ve "biz bayiler yalnız kaldık" gibi düşünceler dolaşiyor sektörde. Gerçekten bayiler yalnız mı?

Evet çok doğru söylüyorsunuz. Perakendecilik sevmeden yapılacak bir iş değildir. Mesleğimiz çok zor bir meslek çünkü işimizin içerisinde pazarlama, iletişim, finans, lojistik var ve dolayısıyla çok iyi organize olunması gerekiyor. Her işte belki hata yapma payı vardır ama bizim işimizin hata yapma gibi bir lüksü maalesef yoktur. Kıymetli meslektaşlarımızın sohbetlerinde sizlerle paylaştığı düşüncelere kapılmaları yaşadıklarından dolayı haklı bir söylem olabilir. Gelişen ticaret teknikleri belki onları bu düşüncelere sevk ediyor olabilir.

Örneğin, bana bundan 30 sene evvel oturduğum yerden buzdolabı alacaksınız ve evine gelecek denilseydi inandırıcı gelmezdi ama bugün 10 yaşında bir çocuk ebeveyniyle beraber cep telefonundan

bu işlemleri gerçekleştirerek evleri için buzdolabı seçerek alabiliyor. Ve neredeyse aynı gün evlerine kurulum hizmetiyle ürün sunulabiliyor.

Ben hayatım boyunca sorunun bir parçası olmak için değil hep çözüm ve sonuç odaklı olmaya gayret ettim. Kendimi birazda benden sonra gelenlerin görüşlerine açmayı ve onların sonuca ulaşmasına yardımcı olmaya gayret ettim.

“Bayiler yalnız mı kalıyor” sorunuza gelince şu şekilde cevap vermek isterim. Kesinlikle yalnız değililer çünkü 17 Ağustos 1999 depreminde en zor günümüzde bizler ve diğer bayi arkadaşlarımız, firma sahiplerinin ve firma yöneticilerinin bizler için tüm imkanlarını nasıl seferber ettiklerini gözlerimizle gördük.

Ticaret babanızdan size, sizden oğullarınıza ve şimdide torunlara geçen bir meslek olarak devam ediyor. Çocuklarınıza ve torunlarınıza ne tür nasihatler vermek istersiniz?

Çocuklarıma ve torunlarıma babamızın bizlerin emanet ettiği ismimize sahip çıkmaları müşteri memnuniyetini sağlayana kadar işlerini kontrol etmelerini müşterinin müşteri olmaktan ziyade dost edinmekle alakalı olduğunu unutmamalarını, sabırla işlerine sahip çıkmalarını ve çalıştıkları insanları temsil ettikleri noktalarda en üst seviyede onore etmelerini tavsiye ederim.

Bugüne kadar hedeflerinize ulaştınız mı? Hala hedefleriniz varsa bunlar nelerdir, öğrenebilir miyim?

Teşekkür ederim. Çok şükür bugüne kadar

ulaşmak istediğim her şeye rabbimin izni dostlarımla güveni, çocuklarımla gayreti ve sevdiğimim dualarıyla ulaştım. Benim bu saatten sonraki en büyük hedefim onların başarılarını görerek mutlu olmak ve tecrübelerimi bana soruldukça paylaşarak mutluluklarımızı çoğaltmaktır.

Yıllardan beri birçok marka ve üretici firmalarla birlikte çalıştınız buradan onlara ve sektör paydaşlarına nasıl bir mesaj vermek istersiniz?

Çalıştığımız firmaların sahiplerine ve yöneticilerine naçizane mesajım, alanda onların bayrağını taşıyan bayilerinin sorunlarını tüm samimiyetleri ile dinleyerek çözüm noktasında yardımcı olmalarıdır.



Şevval Müftüoğlu
(İbrahim Müftüoğlu'nun torunu)



Kısaca kendinizi tanıttırmsınız? Dedenizden, babanızdan ve amcalarınızdan sonra üçüncü kuşak olarak ticarete ve bayilik işine devam ediyorsunuz? Bu işi severek mi yapıyorsunuz? Bu işi size göre sürdürülebilir mi? Siz çocuklarınıza bu işi önerir misiniz?

Öncelikle merhaba, ben İbrahim Müftüoğlu'nun en büyük torunu olan Şevval aynı zamanda üçüncü kuşak

beyaz eşya perakendecisiyim. Eğitimimi başkent Üniversitesi İletişim fakültesinde tamamladım mesleğim ve eğitimim gereği birçok pazarlama sentezlerini bir arada bu işte gözlemleyebiliyorum o yüzden işimi çok seviyorum. Ailemden öğrendiğime göre bu iş sürdürülebilir bir iş ve her neslin koşulsuz ihtiyaç duyduğu bir pazarlama stratejisinin getirisi dolayısıyla ileride kardeşlerime ve çocuklarıma tabii ki önereceğim bir iş.

Yaptığınız işe ne tür farklar kattınız bundan sonra ne tür yenilikler yapmayı düşünüyorsunuz? Özellikle Kahveyi işinizi geliştirmede ve satış arttırmada verimli kullanabiliyor musunuz?

Yukarıda dedemin bahsettiği gibi son dönemlerde, günün ihtiyaçlarına göre yeni nesil satın alma eğilimleri oluştu, onların tecrübelerini benim yeni nesil satın alma alışkanlıklarımı birleştirerek yolumuza yeni bir vizyon katma arayışındayım. Bu yüzden onların tecrübeleri benim için çok önemli,


ihtiyaçlar aynı kalıp ulaşım metodlarının değişmesi yeni öğrendiğimiz bir süreç bu da benim yolculuğumun mihenk taşı oluşturuş. En büyük destekçim ailem olup, aile işini geliştiriyor olmak benim için çok önemli. Kahve konusuna gelirse ilk başlarda getirdiğim yeniliklerle sanırım biraz garipsenmiştim. Fakat sürece benim kadar inanan ailemin olması ve bana yol açması beni yeni deneyimlerde korkusuzluğa teşvik etmişti. Yaratıcı fikirlerimiz için bizleri takipte kalabilirsiniz.

Eklemek istediğiniz bir konu varsa lütfen ekleyin.

Ben bu işi bir zeytin ağacına benzetiyorum “Dede ekermiş, baba bakarmış, torun yermiş” anlayışından ziyade torun şimdilerde zeytin yağı oluşturma eğiliminde diyebilirim. Kardeşlerime ve meslektaşlarıma şunu söylemeliyim ki dinamiği insan olan bu iş hiçbir zaman bitmeyecek, bu işi yapmak isteyen herkesin önü açık olsun.



MÜKEMMEL
RENK
MÜKEMMEL
PERFORMANS

 Google TV  androidtv  VIDAA  webOS TV

simfer





Meslektaşlarımızın Beyper'e üye olarak sayımızı arttırmalarını ve potansiyel bir güç olmayı çok istiyorum

Fatih Müftüoğlu / Müftüoğlu Kardeşler DTM - SAKARYA



Kendinizden ve firmanızdan kısaca bahsedermisiniz?

1976 yılında doğdum. İlk, orta, lise ve üniversite eğitim hayatımı Sakarya'da tamamladım. Sakarya Üniversitesi inşaat mezunuyum. Bir kızım var kendisi Eczacılık Fakültesinde son sınıfı okuyor. Bölgemizde birçok marka bayiliğini tek bir çatı altında temsil etmeye çalışıyoruz. Bosch, Profilo, LG, Regal, Hoover, Philips, Arzum, Fakir, Korkmaz ayrıca motosiklet ve bisiklet kategorisinde Yuki, Kral, Regal Raptor, Jawa, Qj Motor, Salcano ve Bisan markalarını temsil etmekteyiz.

Geçmişten günümüze perakendecilik nasıl şekilleniyor bu konuda düşünceleriniz nelerdir?

Perakendecilik eski kültürüyle devam ediyor babamızdan alışveriş yapan dostlarımızın çocukları, torunları bizden halen alışveriş yapıyor bunun yanında temsil ettiğimiz markaların marka gücüyle yeni müşteriler ediniyoruz. Perakendecilik her ne kadar internet gibi bir devle çarpışsa da perakende mağazacılığın hala sürdürülebilir ve karlı bir iş olduğunu düşünüyoruz.

Beyaz eşya perakendeciliği karlı ve sürdürülebilir bir iş kolumu? İşinizi severek mi yapıyorsunuz? Çocuklarınıza tavsiye ediyomusunuz? Bir perakendeci olarak son zamanlarda yaşadığınız sıkıntılar nelerdir?

Beyaz eşya perakendeciliği ailece yapılabilecek babadan çocuklarına devredilebilecek prensipleri olan bir iş koludur. Biz babamızdan devraldığımız bayrağı çocuklarımıza da sevdirmeye çalışıyoruz. Umarız onlarda devam ederler. Perakendeciler olarak son zamanlarda yaşadığımız ülkedeki ekonomik stresten dolayı enflasyon, faiz alımlarımızı ve satışlarımızı çok etkiledi. Kredi kartı komisyonlarının yüksek olmasından dolayı tüketicinin beyaz eşyaya ulaşmasıyla ilgili koşullar zorlaştı ekonominin düzelmesiyle bu şartlarında zaman diliminde düzeleceğine inanıyoruz.

Aynı zamanda siz perakendecilerin çatı kuruluşu olan BEYPER'in yönetim kurulu üyesi olarak görevde bulunuyorsunuz. Bize BEYPER'i tanıttırmsınız, dernek olarak sektöre nasıl bir katkı sağlıyorsunuz, faaliyetleriniz nelerdir. Derneğimize katılmak isteyen bayilere buradan mesaj verebilir misiniz?

Beyperde yönetim kurulu üyesi olmaktan meslektaşlarımla sektörümüzün gelişmesi dostlarımızın sıkıntılarını markalara anlatarak çözüm bulma konusunda emek verdiğimiz için son derece mutluyum. Beyper dernek ve yönetim olarak meslektaşlarımızın dertlerini ve mutluluklarını tamamen gönüllük esasına dayalı olarak aktarım sağlayan bir kuruluştur. Meslektaşlarımızın derneğimize üye olarak sayımızı artırarak potansiyel bir güce ulaşmamıza yardımcı olmalarını içtenlikle istemekteyim.

Markalardan ve tedarikçilerinizi sağlayan üretici firma yöneticilerinden beklentileriniz nelerdir, buradan onlara bir mesaj göndermek ister misiniz?

Marka ve tedarikçilerimizden beklentimiz, özellikle pazarda ve piyasada onların bayrağını taşıyan biz bayilerin sorunlarını tüm samimiyetleri ile dinleyerek çözüm noktasında yardımcı olmalarını istemekteyiz.

Sektördeki hedefleriniz nelerdir?

Sektörde tek hedefimiz temsil yetilerimizi en iyi şekilde yerine getirmek, müşterilerimize en iyi fiyat ve en iyi hizmeti sunabilmektir.

Ekleme istediğiniz bir konu varsa lütfen ekleyin.

Beyaz eşya mağaza perakendeciliği yaptığım için son derece mutluyum. Seyahatlerde ve toplantılarda ve dernekte tanıştığım meslektaşlarımla aynı meslekte olmaktan dolayı da gurur duymaktayım





Mal alırken kâr edeceğiz ama satarken kâr edemiyoruz ki

Çetin Karacançay- Funda Önen / Ada Center - SAKARYA



Öncelikli olarak bize kendinizi ve firmanızı tanıtır mısınız?

10 Ocak 1965 yılında dünyaya geldim. Ortaokulu bitirip iş hayatına atıldım. Çeşitli yerlerde çalıştım. Her zaman kendi işimi kurmak gibi bir hayalim vardı. 1987 yılında beyaz eşya sektörüne adım attım. Şehirde böyle bir boşluk vardı ve ben de her zaman bu sektörde yer almak istiyordum. Ciddi bir ihtiyaç vardı o dönemde. Küçük çaplı işe giriştim. Beko bayiliği ile başladım. Ardından farklı markalarla satışlarım devam ettim. Şu anda mağaza personeli, finans, dağıtım tüm arkadaşlarımızla birlikte 12 kişilik bir ekibimiz var. Ekibimiz de çok eski arkadaşlarımız var. Uzun yıllardır birlikte çalışıyoruz. Zaman zaman şubelerimiz de oldu ama şimdilerde tek mağaza olarak hizmet veriyoruz. İşin başında kendiniz durmadığınızda başarı çok kolay olmuyor bu işte. Müşteriye doğrudan dokunmanız gerekiyor. Müşterilere çok önem veriyoruz. İşin başında olmadığımızda müşteri ile nasıl ilgilenildiğini göremiyorum. Şubeleşmenin faydasının olmadığını gördük. Sakarya çok küçük bir yer. Herkes alıştığı yüzü görmek istiyor. Çok markalı çalışıyoruz. Tüketici mağazaya girdiğinde tüm markaları bir arada görebiliyor bundan dolayı aslında çok prim yaptık. Şu anda beyaz eşyada Profilo, Uğur, Regal ve Vestel'le küçük ev aletlerinde ise Fakir ve Philips ile çalışıyoruz.

Başarının arkasında müşterimize sürekli yardımcı ve yanlarında olmak yatıyor. Bir süre Tüketici Koruma Merkezi üyeliği de yaptım. Tüketicinin sorunları ile ilgilendik. Her türlü şikâyeti dinleyip yardımcı olmaya çalıştık. Eskiden kurumsal yerler ve internet olmadığı için bu şekilde bir iletişim tarzı çok işimize yaradı. Her konulara bilgi sahibi olmak çok önemli. Markalarla olan iletişimimize de önem veriyoruz.

Bu iş kazançlı mı?

Elbette kazançlı. Güzel yaparsan kazanabiliyorsun. Yapılması gereken bir iş. Bitmeyecek bir sektör. Devamlı ihtiyaç var. Müşterilerle iyi ilgilenmek, her değişikliğe hazır olmak, ürünleri güzel anlatmak, doğru işler yapmak prensibimiz.

Son dönemdeki ekonomik kırılganlıktan dolayı sorunlar olabiliyor. Kredi kartından kotalara vb. Ortak dertlerimiz dediğiniz konular ve bunlar için çözüm önerileriniz nelerdir?

Dertlerimiz var tabii. Eski gibi işler yapılamıyor. Kart komisyonları, taksit sayıları, internet kanalı gibi sıkıntılarımız var. İnternetteki fiyatların dengesiz oluşu bizi çok etkiliyor. Biz doğrudan fabrika ile çalışıyoruz, daha düşük alım yapılacak bir kanal yok. Ancak bazen internette çok

daha ucuza ürünü bulabiliyoruz. Bu sefer de bayi ve tüketici arasında bir gerginlik oluşuyor. Biz bu istikrarsızlığın bir an önce çözülmesini istiyoruz. İnternette alım yapanlar da çok memnun değililer ama bir yandan da fiyat konusunda haklılar.

Kotalar sizi yoruyor mu?

Bu konuda da sıkıntılarımız var. Çok uçuk rakamlar olabiliyor. Tabii ki alırken kar edeceğiz ama satarken kar edemiyoruz daha çünkü çok rekabet var ortada. Şirketlerimizin satışlarını artırmak için masa başında yaptıkları Excel tabloları ile pazarın gerçeği aynı değil. Bunu yaparken tabii şirketlerin öncelikle kendilerini düşünmeleri gerekiyor. Ama bayilerin de üzerine koydukları finansman maliyetini düşünmeleri gerekiyor. Tüccar denilen kişi basiretli kişi, ödemesini yapan, kendini bilen kişi demek. Zamanı geldiğinde ödemesini yapabilmek için ciddi bir finans baskısı altında kalıyor. Bu da işin zevkle yapılan kısmını kötüleştiriyor ve bayileri strese sokuyor. Fabrika kanalı aslında sahanın çok zor olduğunu biliyor ancak bunu bilmesine rağmen halen dayatma yaptığında sıkıntılar olabiliyor. Sektörde genel anlamda para döngüsünde bir sorun var. Herkes elindeki ürünü paraya çevirmek istiyor ve fiyat kırıyor. Bu durumda da ekonomik bir sıkıntı ortaya çıkıyor. İnternette olan beyaz eşya fiyatlarının çoğu zararına satışlar.



Bu işin keyif aldığınız yanları nelerdir?

Mesleğimi seviyorum ve yaşadığım sürece bu mesleği devam ettirmek istiyorum ancak 2-3 yıldır keyif aldığımız yok. Sadece işimizi sürdürebilmek için çalışıyoruz. Bu iş sürdürülebilir bir iş. Gelecekte de devam edecek. Çocuklarımıza devretmeyi de düşünüyoruz zaten büyük oğlum bizimle çalışıyor. Jenerasyon ilerliyor. Bu sektörü devam ettirecek insanlar her zaman olacak.

Profilo markası size ne ifade ediyor? Yöneticilerle aranız nasıl?

Güzel, tanınan ve sevilen bir marka. Biz markamızı seviyoruz. Dayanıklı, sorunsuz, çok zor sıkıntı çıkaran, servisleri çok iyi bir marka. Satış sonrası hizmetleri de iyi. Marka ile sıkıntı, ülkenin genel ekonomik sorunlarından kaynaklanan şekilde fiyat dalgalanması. Bunun dışında hiçbir sorunumuz yok. Yöneticilerle her zaman görüşüyoruz, onlarla iletişimimiz çok iyi.

Farklı işlerle uğraşıyor musunuz, sektördeki hedefiniz nedir?

Beyaz eşya önceliğimiz ama farklı güzel projeler de yürütüyoruz. İnşaat işiyle uğraşıyoruz, ev yapıyoruz. Butik olarak yapıyoruz. Kendi oturabileceğimiz yerde kendi oturabileceğimiz daireler yapıyoruz. Tam bir müteahhit gibi değil aslında. Bu mağazayı da biz kendimiz yaptık. Bunu tamamen ayrı bir iş olarak konumlandırıyoruz bünyemizde. İçimize sinmeyen hiçbir işi yapmıyoruz. Teknik anlamda da her şeye dikkat ediyoruz. Biz hizmet vermeye devam edeceğiz. Beyaz eşya bizim hayatımızın bir parçası. Son ana kadar satmaya devam edeceğiz.



Funda Önen Mağaza Satış Müdürü



Bölgенizin özelliklerinden bahsedermisiniz?

Türkiye'nin en güzel yerlerinden biri burası. Göllerimiz, denizimiz var. Nüfus ve eğitim yapısı da oldukça iyi. Çok orta bir lokasyodayız, her yere yakın. Turizm ve sanayisi olan bir yer. Her açıdan doyuma ulaşmış bir şehiriz. Yönetimimiz de iyi. Biz de marka olarak sektörümüze ve bölgemize çok iyi hizmetler sunduk, sunmaya da devam ediyoruz. Öğrenci kitlemiz çok fazla. Buna bağlı olarak inşaat sektörü de çok yoğun. Bu bir sirkülasyon oluşturuyor. Ben yine dünyaya gelsem yine beyaz eşyacı olmak isterim. Yine Çetin Beyle çalışmak isterim. Tüketicilerimizle yine yakından iletişim kurmak isterim.

Geçmiş ve günümüzün tüketici yapısında ne tür değişimler var?

Aslında pek bir şey değişmiyor. Çünkü beyaz eşya sektörü çok değişmiyor, herkesin evinde bu ürünleri kullanması gerekiyor. Sadece günümüzdeki tüketiciler daha estetik, daha dijital, daha görünümüne önem veriyor. Artık mutfakta daha fazla zaman geçiriliyor bundan dolayı ürünlerin tasarımlarına da daha fazla bakıyorlar, daha modern tasarımlar istiyorlar.

Kahve makinelerinin perakendeye etkisi artık biliniyor. Siz bu makineler satarken özel bir şey yapıyor musunuz? Kahvenin ticaretinize etkisi nedir?

Kahvenin pazara sağladığı çok yararlar var. Arçelik'in Telve 'si, Arzum 'un Okka'sı pazarı çok canlandırdı. Sunumlar ve makineler iyileşti. Sektör tüketicileri bu anlamda yönlendirdi. Her yeni çıkan cihazlarla tattırmalar yapıyoruz, ikramlar yapıyoruz. Kahve günleri yaptık. Türk Kahvesi bizim geleneksel ürünümüz ama dünya kahveleri de çok revaçta. Profilo küçük ev aletleri satmıyor ancak diğer markalardan alıp satmamıza izin veriyor. Fakir, Philips gibi markalarla bu eksikliği kapattık. Biz metrekaremiz ve gene yapımız itibarıyla buraya farklı küçük ev aletleri ürünlerini koyabiliyoruz.

Mağazada en severek sattığınız ürünler hangileri?

Süpürgeleri satmayı çok seviyorum. Mağaza içinde mağazacılığı seviyoruz. Ütü köşesi, süpürge köşesi olsun istiyoruz. Biz sattığımız tüm ürünleri seviyoruz, müşteri ne isterse onu canı gönülden satıyoruz.



Pandemide ve özellikle bu yıl ticareti yeniden öğrendik

Ahmet Can Tunca / Cantunca Dtm. Ltd. Şti. - SAKARYA



Öncelikle kendinizden ve firmanızdan bahsedebilir misiniz?

06 Nisan 1970 tarihinde doğdum. Eşme ve Geyve'de ilk ve orta öğretimini tamamladıktan sonra babamla çalışmaya başladık. Firma 1972 yılında babam tarafından kuruldu kendisi memuriyeti bırakıp önce züccaciye ve ardından tüp işine girdikten sonra 1980'li yıllarda beyaz eşya işine başladı. 1994 yılında Siemens gelince bu bölgede ilk bayilerinden biri olduk. Bugünlere kadar da geldik. 2016 yılında şirketleştik. Karaca, Philips ve Uğur bayiliklerimiz de bulunuyor, mağazamızın yerini hiç değiştirmedik hep aynı yerde kaldık. Şu anda Geyve'de iki şubemiz bulunuyor, Geyveden çıkmak çok istemedik.

Bölgenizden bahsedebilir misiniz kısaca?

Bölgemiz meyve cenneti bir yer. 1800'lü yıllardan bu yana ilçe aslında. Zamanında derebeyler yönettiği için çok gelişimine izin vermemişler. Tren yolu buradan geçecekmiş izin vermemişler. Bizden uzak olsun diyerek gelişimi engellemişler. Geyve'nin tarihçesi çok eskiye dayanıyor. Bir dönem çok gayrimüslim yaşıyordu burada. Osmanlı döneminde sipahiler burada yetişmiş. Geyve Boğazı'ndan Anadolu'ya buradan geçiliyordu. Geyve ismi Gekve'den geliyor. Bir kraliçe ismi. Aynı zamanda İpek Yolu üzerinde bulunuyor. Şu anda tarım ve sanayi ile geçiniyor. Geyve'nin geliri oldukça yüksek. Burada yılda 2-3 ürün alınabiliyor.

Beyaz eşya sektörünü severek mi yapıyorsunuz?

İşimizi çok severek yapıyoruz. Bu mesleğe seçtik ve sevmesek yapamayız ama zor bir meslek. Çok tehlikeli bir meslek bir yandan da. En ufak bir şekilde gevşememen lazım. Belirli bir kâr marjıyla çalıştığımız için çok dikkatli davranmamız gerekiyor. Karlılık genelde iyi ama pandemide ve bu yıl ticareti yeniden öğrendik. Bu yıl ne yazık ki pazar daraldı dolayısı ile esnaf olarak karlılığı fazla düşünmeyerek kotalarımızı tamamlayarak borçlarımızı ödemeye çalıştık.

Bu ekonomik durum altında ne tür farklı sıkıntılar yaşıyorsunuz?

Satışta sirkülasyonu olmadığı zaman sürekli sıkıntı oluyor. Alım gücü düşünce sektörde sıkışıyor. Pandemide müşteri mağazalara gelmedi veya internette ya da telefonla ürün almaya çalıştı. Pandemi döneminden enflasyonist döneme girdik ve elimizdeki sermayemiz eridi. Biz sattığımız ürünün parasını alana kadar ürün 3 katı fiyata çıktı. Pandemi bitti, bu sefer de ürün yok elimizde para da yok. Bugünün parasıyla 20-30 milyon TL paramız gitti. Bir yandan da hepimiz internette ürün sattığımız için tüm ürünlerimizi sattık. Hiç satılmayan ürünleri sattık. Depolarımız temizlendi ve boşaldı. Kasım ayları zaten rezalet oluyor. Müşteri bu dönemde mağazaya gelmiyor, gelen de elindeki telefonda ürün soruyor. Fiyatlar tam toparlanmadı ama önümüze bakıyoruz.

30 yıllık Siemens bayisi olarak marka sizin için ne ifade ediyor?

Bir gönül bağıımız var. Ne edindiyseniz Siemens sayesinde oldu. Bizim için pozitif yönden çok farklı. Şirkette bir derdimizi söylediğimizde mutlaka çözülmeye çalışılır.

Bu işi devam ettirmek istiyor musunuz? Sizce bayilik sistemi sürecek mi ?

İşimizi sürdürmek istiyoruz. Bayilik sisteminin bittiğine katılmıyorum. Devam edecek bu iş. Zincir mağazalar ilk geldiğinde bir toplantıda bayilerin biteceğini ve bunlarla rekabet edemeyeceğimizi söylediler. Ama işlerimiz halen devam ediyor. 1 yıl sonra aynı toplantıda bu sefer zincir mağazaların bizimle baş edemeyeceğini söylediler. Bu süreci hiç unutamıyorum. Bayilik bitmedi, devam ediyor.

Siemens bayileri daha fazla deneyim mağazacılığı gibi evrimleşiyor. Siz nasıl bir yol izleyeceksiniz bu konuda?

Bizim metrekaremiz yetersiz. Bunu büyümeye çalışıyoruz. Mağazamız kendimize ait ama burada çok ortaklı bir yapı var. Nasıl büyüyeceğimize bakıyoruz. Başka bir iş dalında da yokuz. Yaptığımız işe yatırım yapmayı daha doğru buluyoruz. Örneğin stok konusunda hiçbir zaman sıkıntımız olmuyor. Allaha şükür bankalara borcumuz yok.

En çok neyi satmayı seviyorsunuz?

Her ürünü seviyorum. Yeter ki satılsın. Kahve makinesini buraya koyduk. Burası bir kahve dükkânı gibi oldu. Burada herkes birbirini tanıyor, o yüzden çok kalabalık oldu. Burada kahve makinesi satışı zayıf maalesef. Denedik ama olmadı.

Hedefleriniz nelerdir?

Kendi yerimizi almayı ve son sistem bir mağaza yapmayı hedefliyoruz. Şirketten de tam destek geldi bize. Bir masraf edip genişlemeyi ve büyümeyi hedefliyoruz.



YORGLASS

#trustedglobalsupplier 50



İŞİN MUTFAĞINDA,
50 YILDIR, EVİNİZDE.



TÜRKİYE NİN
İÇİŞİ BAKANLIĞI
KURULUŞU
2023

TİM TÜRKİYE
İHRACATÇILAR
MECLİSİ



[in](#) [@](#) [f](#) [t](#) [v](#) /yorglass www.yorglass.com



Krizlerden zarar görsek de en sonunda güçlenerek çıktık

Muzaffer Kurtuluş / Kurtuluş Elektronik - SAKARYA



sonrasında 2021 yılında mortgage krizi derken birçok sıkıntı yaşadık. Bizim sektör açısından krizler sürekli fırsata döndü. Krizlerden zarar görsek de en sonunda güçlenerek çıktık. Beyaz eşya dışında hiçbir iş ve bayilik çalışmamız yok.

Mağazacılık ve perakendecilikle ilgili genel görüşleriniz nelerdir?

Şu ana kadarki süreçte bu sektör içerisinde olmaktan çok memnunuz. Bundan sonra da mağazacılık anlamında halen umudumuz var. İlerleyen yıllarda online satışlar bizleri etkileyecek. Şu anda da etkisi var ancak halen beyaz eşya havaleli bir ürün olduğu için görerek, dokunarak ve beğenerek satın alma isteği insanlarda çok fazla. İnternette yapabilmek çok kolay değil. Mağaza olarak da sürekli geliyoruz. Satış eğitimleri, ürün bilgisi vs eskiye oranla çok farklı.

Neler değişti temel olarak?

Eskiden ürünler özelinde bilgimiz bu kadar fazla değildi. Tüketiciler de bu kadar bilgili sorular sormuyorlardı. Bu da bizi daha derin bilgiye sahip olmaya zorladı. Biz de halen dersimizi çalışarak hem ürünler hem de satış konusunda kendimizi geliştiriyoruz, güncelliyoruz. Bunun dışında tüm markalarda mağazalarda artık dolu. Her ürünleri bulabiliyorsunuz. Herkes bunları sergiliyor. Mağazalar daha temiz, satış temsilcileri daha bilgili, satışçıların davranışları da değişti.

Beko markası size ne ifade ediyor?

Daha önce 12 farklı markanın bayiliğini yapıyorduk. Ben Koç ailesinin vizyonunu beğendiğim için Beko markasını seçtim. Kurumsal firmalar arasından en kurumsalını tercih etmeye çalıştım. Vizyonları da çok ileri olduğu için Beko'yu tercih ettim. Beko benim her şeyim.

Yöneticilerle aranız nasıl?

Üst düzey yöneticilere çok rahat erişim imkânımız var ama çok kurumsal oldukları için çok kısa sürede işin yetkilisinden işi çözebiliyoruz. Ancak öte yandan üst düzey bir yönetici tarafından ulaşılır olmak çok gurur verici. Sürekli iletişim halindedeler ve bize çok yakınlardır. Bir isteğimiz olup olmadığını sürekli soruyorlar.

Öncelikli olarak bize kendinizi ve firmanızı tanıtır mısınız?

1977 yılında Adapazarı ilçesinde dünyaya geldim. İlkokuldan üniversiteye kadar burada okudum. Sakarya Üniversitesi İktisat Bölümü mezunuyum. 1999 yılında ikinci nesil olarak bayrağı devraldım. O günden bugüne de devam ediyorum. Babam Kenan Ziya Kurtuluş 1978 yılında beyaz eşya ticaretine başlamış. 2000 yılında da emekli oldu. Daha önce farklı markalarda bayilikler vardı ancak 2003 yılından bu yana da sadece Beko ile devam ediyorum. Başka da herhangi bir bayilik çalışmam yok. Beko'nun konsept mağazasıyız.

Mağazayı ilk devraldığımız dönemde 60 metrekare idi ve kiradaydık burada. Daha sonra 2006 yılında tavan alanını genişleterek toplam 401 metrekare kullanım alanına çıkardık. Şu anda da tamamen kendi mülkümüz. Beko ile yolumuza devam ediyoruz.

Kurulduğunuz günden bugüne neler yaşadınız?

İlk yılımız da çok tatsız bir olay olan depremi yaşadık. Ardından





Bayilik sistemi sizce sürdürülebilir mi?

Önümüzdeki 20 yıl için bir sıkıntı görmüyorum ama en azından bir neslin daha gelmesi gerekiyor ve onun da nasıl olacağını görmemiz lazım. Ben babamdan aldığım işi çocuklarıma devretmek istiyorum. Ama burada sorumluluğu onların alması gerekiyor. Sorumluluk istemezlerse bir şey yapamayız. Zorla hiçbir işi yapamıyor. İsteddiği kadar bilgisi ve yetkisi olsun yapamıyor. Öncelikle herkesin mutlu olduğu için yapması lazım. Ben işimi çok severek yapıyorum. Çocuklarım da isterse devam etmelerini ben de isterim.

Son dönemdeki ekonomik kırılganlıktan dolayı sorunlar olabiliyor. Kredi kartından kotalara vb. Ortak derterimiz dediğiniz konular ve bunlar için çözüm önerileriniz nelerdir?

Bayi anlamında kota en büyük sıkıntımız. Satışların yüksek olduğu dönemde bunlar bir sıkıntı teşkil etmiyor ancak satışlar biraz düşüncü bayiler maalesef fiyat rekabetine giriyor. Bu sefer gelirler düşüyor ama giderler düşmediği için kimi bayiler de zarar ediyor. Kotaların belirli kırılgan dönemlerde firmalar tarafından azaltılması gerekir. Kota kalkamaz, o zaman olması gereken işten daha da aşağıya düşer. Hedefi olmayan bir iş başarıya ulaşamaz. Kota çok olduğunda da zaman zaman bayilere eksi yazıyor. Bunun dışında insan kaynağı anlamında sıkıntılar olabiliyor. Satış temsilcileri ya da satış sonrası hizmetlerdeki kişileri bulmak da zorlanıyoruz. Teknisyen eksikliği de olabiliyor. Bu da ilerleyen yıllarda insan kaynakları alanında sıkıntılar olabilir. Bunun için meslek okullarının açılması gerekiyor. İş garantili olacak şekilde olmalı. Bu sadece beyaz eşyada değil genel perakendecilikte sıkıntı yaratabilir.

Beyaz eşya işi sizce karlı bir iş mi?

Çok karlı değil, ama kötü de değil. Ama her anlamda iyi bir yaşantımız var. Belki Ferrari'ye binemezsin ama evin, araban olur. Çok zengin olmazsın ama iyi yaşarsın. Herkesin yapabileceği bir iş değil.

İşin zorlu ve keyifli yanları nelerdir?

Öncelikle psikolojik olarak rahatız. Saniyelerle savaşıyoruz. Gerektiğinde mola verebiliyoruz. Bir işimiz olduğu zaman rahatlıkla izin yapabiliyoruz. Mutlu ve keyifli çalışıyoruz ama zaman zaman keyifsiz anlar da olabiliyor. Müşteriler mutsuz olduğunda biz de mutsuz oluyoruz.

Özel hayatınızda neler yapıyorsunuz?

Amatör olarak uzun mesafe koşuların katılıyorum. Eskiden yüzme sporu ile de ilgileniyordum. Beyaz eşyada çok özel zaman olmuyor. Burada uzun çalışma saatlerimiz var. Biz de kısıtlı vakitlerde çok iş yapmaya gayret ediyoruz. Elimizden geldiğince hayatı mutlu yaşamaya çalışıyoruz.

Bu meslekte hedefiniz nedir?

Hiçbir zaman firmamıza kara bir leke gelmeden iyi bir temsiliyet yapmak.

Hangi ürünleri satmayı daha çok seviyorsunuz?

Buzdolabı satmayı daha çok seviyorum. En az arıza oranına sahip, teslimi rahat, kâr marjı yüksek bir ürün. O yüzden buzdolabı satınca daha mutlu oluyorum.

Kahve makinelerinin perakendeye etkisi artık biliniyor. Siz bu makineler satarken özel bir şey yapıyor musunuz?

Burada bir deneyimleme bölümümüz var kahve makineleri özelinde. Mağazada mutfağımız var. Müşteri istediği kahve ve çayı yapabiliyor ücretsiz olarak. Bu tüm mağazadaki satışlarımızı da olumlu etkiliyor. Biz müşteri terimini kabul etmiyoruz. Arkadaş, misafir gibi kavramları tercih ediyoruz. Çay yapıp bize ikram edenler bile oluyor. Mağazamızı daha dostane yapmayı hedefliyoruz.





Paradan daha çok müşteri kazanmak önemli

Bilal Arapoğlu / Bilal DTM - SAKARYA



Öncelikle kendinizi ve firmanızı tanıtabilir misiniz?

22 Kasım 1996 doğumluyum. Doğumumla birlikte babam şirketimize benim ismimi vermiş. İlk olarak kömürcülükle başladık ve ardından 2005 yılında spottan beyaz eşya mağazası açtık. O zamanlar beyaz eşya sektörün bu kadar hareketli değildi. Kömür depomuzun yanındaki 30 metrekare mağazamız ile başladık işe. Kömür satıyorduk ve boş dükkanımıza da bir çamaşır makinesi, bir buzdolabı ve bir bulaşık makinesi ile işe başladık. Babam o dönemde aynı zamanda itfaiyecilik de yapıyordu haftada 2 gün. O gittiğinde ben dükkânda duruyordum. Sonrasında Profilo ile tanıştık ve 20 yıl boyunca devam ettik. Artık daha teknolojik bir marka ile yollarımızın kesişme zamanı gelmişti. 2021 yılında Vestel bayisi olduk. Bugüne kadar da devam ettik. Her yıl ortalama 1 mağaza açarak büyüyüyoruz. Başiskele, Arifiye ve Sapanca Vestel konsept mağazalarımız var. Bugünden itibaren Vestel'le daha çok büyümeyi hedefliyoruz. Daha güzel ve farklı mağazalarla devam ettik.

Abant İzzet Baysal Üniversitesi İşletme Fakültesi mezunuyum, aynı zamanda Eskişehir Anadolu Üniversitesi İşletme Bölümü mezunuyum 2 diplomam var.

Evliyim, bir çocuğum var. Her şeyi stratejik olarak planlarım. Hepsini 10 yıl önce planladım. Hayatımda her zaman planlar vardır benim. Bu planlarımı da yapmadan diğerine geçemem. Başarımı da buna borçluyum.

Vestel markası sizin için ne ifade ediyor?

Vestel'le olur neden olmasın sloganı ile yola çıktık aslında. Vestel bize Türkiye'yi ifade ediyor. Türkiye'de üretim yapıp dünyaya satmanın gururunu yaşıyor. Bizim de bayi olarak bunda küçük bir katkımız varsa ne mutlu bize. Vestel gururu ifade ediyor bize.

İşinizi severek mi yapıyorsunuz?

Son zamanlarda sektörde kar marjları belli. Ancak biz kâr marjını düşünmeden daha sadık ve yeni müşteriler elde etmek için çabalyoruz. İş sevdiğimden dolayı da paradan daha çok müşteri kazanmak daha önemli. O yüzden ben işimi severek yapıyorum.

Bölgenizi biraz tanıtabilir misiniz? İlçeden merkeze doğru büyüme stratejiniz nasıl işliyor?

İlçe ve merkez bayileri arasındaki temel fark, ilçede ilişkiler daha sıcak oluyor.

Herkes birbirini tanıyor. Böyle olduğu için mağazamıza gelen bir müşteriyle aile oluruz. Bir müşterimiz çamaşır makinesi alacaksa eşine sorduğu kadar bana da soruyor. O yüzden ilçe bayilerinde satış yapmayı daha çok seviyorum.

Sapanca turizm cenneti. İstanbul, Ankara ve Bursa'nın arka bahçesi gibi burası. Bungalov sektörü, Arap turizmi çok canlı burada. Bu bölgede ekonomik koşullar ne olursa olsun herhangi bir düşüş olmuyor. Yurt dışından gelen yatırımcılar giderse başka bir sektör başlıyor. Sapanca her zaman altın yumurtlayan tavuk gibi.

Arifiye'de memur kesim biraz daha fazla. Bu yüzden de satış tarzımızı da buna göre belirliyoruz. Örneğin sabah 09:00-17:00 arasında çok iş olmazken akşam saatleri daha yoğun oluyor. Yaz aylarında işler düşüyor, kışın artıyor. Her ilçenin kendisine has özellikleri var. Birbirlerini sürekli tamamlıyorlar.

Beyaz eşya bayiliği sürdürülebilir bir iş midir? Çocuklarınıza geçmesini istiyor musunuz?

Bu sürdürülebilir bir iş ve ben de çocuklarıma bırakmayı çok istiyorum. Ama eğer bu ekonomik koşullarda bakarsak



bu işi sevmeyen yapamaz. Bizim satış sonrası sorumluluğumuz da çok fazla. Bir üründen kar elde edebiliyorsun ama aynı müşteri dükkâna bir daha gelmiyorsa sıkıntı var demektir. O yüzden tüm süreci tekrar ediyoruz. Bir müşteriye sürekli satış yapar hale getirmemiz lazım. O yüzden bu işi ancak seven bir kişi yapabilir. Eğer çocuğum da severse yapabilir. 2002 Dünya Kupası'nda babam maçları dükkânda izleyelim demişti. O günden beri buradayım. Dükkânda doğdum diyebilirim.

O günden bugüne hem tüketici hem de bayi bazında neler değişti sektörde?

Eskiden ürünlerin nakliyesini bize yapardık. O yüzden müşteriye teslim edene kadar ürünlere gözümüz gibi bakmak zorundaydık. Dolayısıyla ürünü satarken bir kez daha düşünmek zorundaydık. Şimdi ürünü servis taşıdığı için daha rahat satış yapabiliyoruz. Satış konusunda biraz daha geliştik. Mağazalarımız daha canlı ve hareketli olduğu için de daha kolay oluyor. Müşteri bazında da daha fazla ürünü mağazada görebildiği için seçim yapma şansları daha kolay oluyor. Müşteri burada tüm ürünleri deneyimleyebiliyor. Bu da onlar için daha avantajlı oluyor.

İşinizin keyifli ve zorlu yanları nelerdir?

Beyaz eşya sektörü daha rahat bir sektör. Burada sıcak satış yaparız, sonrasında servis ve firma gereğini tamamlıyor. Önceki dönemde yaşadığımız sıkıntılar olmadığı için daha rahat diyebiliriz.

Bayilerin ortak dertleri olarak nitelendirebileceğimiz konular nelerdir? Bunlar için çözüm önerileriniz nelerdir?

Ortak dertlerimiz her zaman vardı. Bugüne özel değil. Bir makine almak her zaman zordu, enflasyon ya da ekonomik sorunlar hep vardı. Vestel özelinde konuşursak firma 3'lü, 4'lü kampanyalar yapmaya başladı. Çeyiz setleri oluşturmaya başladı. Zaman zaman daha az kar marjları ile hareket eden bir stratejimiz var. Mevsimler artık birbirine de yaklaştığı için doğru stratejilerle hareket ederek 2024 yılını çok rahat geçirdik. Ödemelerimizi önden yaptığımız için rahat hareket ettik. Ben memnunum. Benim için herhangi bir sorun yok.

2025 yılından aynı şekilde kampanyalarımızın devam etmesini istiyoruz. En büyük isteğim de internetin önüne geçmek. Orada da bizde de fiyatlar neredeyse aynı. Ama burada internet daha ucuzdur algısını kırabilirsek 2025 yılını daha başarılı geçirebileceğiz diyebilirim.

Vestel yöneticileri ile aranız nasıl?

Yöneticilerimizle iletişimimiz çok iyi, istediğimiz zaman ulaşabiliyoruz. Onlar da bayileri sürekli ziyaret ediyorlar. IFA Fuarı'nı takip ettik. Yenilikçi projelere imza atıyorlar. Zeytin kabuğundan beyaz eşya tasarımları var. Bunları artırabilirsek markamızı daha iyi duyurabiliriz. Yenilikçi ürünler istiyoruz.

Sektördeki meslektaşlarınıza ne mesaj vermek istersiniz?

İşimizi aşkla yapalım, daha çok sarıalım. Biz bir olursak ses getirebiliriz. Tek başına

daha fazla satış yapacağız diye birbirimizin kuyusunu kazacağımıza hep birlikte kazanalım. Birlikte ve bir duralım. Önümüzdeki 3 harfli marketler var. Onların satış olarak önüne geçelim. Bunlar da sektörde sıkıntı oluyor. Bu tarz marketlerin yaptıkları satışlardan sonra satış temsilcileri işi bilmediği için müşterileri bizim mağazalara yönlendiriyorlar. Hep birlikte bunun önüne geçebiliriz.

Hedefiniz nedir?

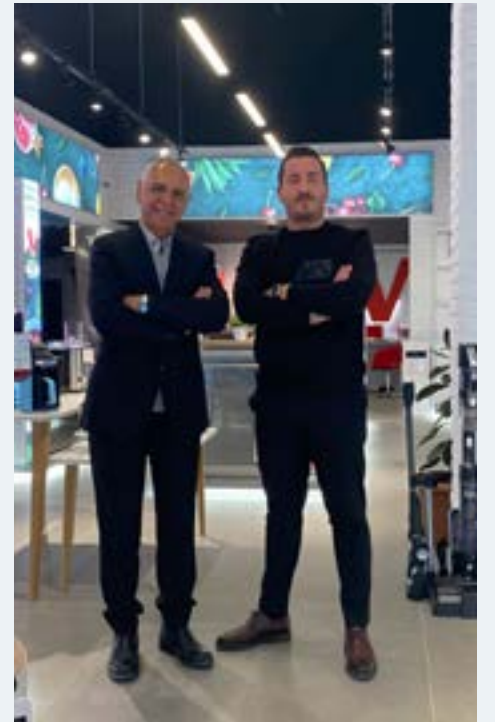
Daha çok büyümek ve merkeze geçmek istiyorum. Kendimi yormadan, kendi potansiyelimi üst düzeye çıkarmak istiyorum. Kendi potansiyelimi gerçekleştirebileceğim kadar bir mağaza açmak istiyorum. Mağazalarımın da lokasyonlarının güzel olmasını hedefliyorum. Müşteri memnuniyeti odaklı olarak büyümek istiyorum.

Hangi ürünleri satmayı seviyorsunuz?

Akıllı saatler, kameralar gibi teknolojinin ön planda olduğu ürünleri satmayı daha çok seviyorum.

Kahvenin tüketicilere ve satışlarının olan etkisi nedir? Satışlarınızı yaparken kahvenin ne tür faydası oluyor?

Vestel bunu önceden düşünmüş ve 2 ay boyunca biz kahveyi hediye ediyoruz. Makine alanlara çekirdek kahve veriyoruz. Biz farklı markadan da makine alanlara burada kendi kahvemizden ikram ediyoruz. Mağazamızın kimliğini yansıtan Kafe Vesto stantlarımız var. Burada her zaman Türk Kahve makinesi, filtre kahve makinesi ve çay makinelerimiz açık. Burada deneyimleyip sıcak bir ortam oluşturuyoruz.



airfel

VERİMLİLİĞİ VE KONFORUYLA
DAİMA SENDEN YANA



AIRFEL MONOBLOK INVERTER ISI POMPASI

airfel
Daima senden yana

PANALI DAY. TÛK. MALL. SAN. VE TİC. A.Ş.
Yenidoğan Mah. Abdi İpekçi Cad.
No: 159 Bayrampaşa / İstanbul
0555 963 14 49
www.panali.com.tr



airfel

**TASARRUFU VE PERFORMASIYLA
DAİMA SENDEN YANA**



Airfel Scala Online
Termostat



Airfel On/Off Otomatik
Termostat



Maestro Power Premix



Digifel Premix



Maestro Smart / Comfort Premix



Maestro Optimum

airfel
Daima senden yana

PANALI DAY. TK. MALL. SAN. VE TC. A..

Yenidoğan Mah. Abdi İpekçi Cad.

No: 159 Bayrampaşa / İstanbul

0555 963 14 49

www.panali.com.tr





Ben doğar doğmaz Arçelik bayisiydim

Özcan Aslan / Aslanoğulları Ltd. Şti. - SAKARYA



Öncelikli olarak bize kendinizi ve firmanızı tanıtır mısınız?

1962 yılında Adapazarı'nda doğdum. İlk ve orta öğretimi burada yaptıktan sonra Marmara Üniversitesi İşletme Fakültesi'ni bitirdim. Ardından da 1987 yılında işe başladık. Şirketimiz 1940'lı yıllarda dedemiz Ahmet Aslan tarafından kurulmuş. İlk başlarda aktarlık, züccaciye, yazar kasa vb. satışları yapıyor. İlk ismi Kristal Pazarı idi. 1950'li yıllardan sonra babam ve amcam okulu bitirip işin başına geçiyorlar. Babam geliyor, amcam İstanbul'da kalıyor. 1954 yılında burası il oluyor ve dedem siyasete giriyor. İlk belediye başkanlığında belediye meclisi üyesi oluyor. Dedem tam anlamıyla bölge eşrafıydı aslında. Bizi de hiçbir zaman siyasete sokmadı ve 1955 yılında Arçelik ürünlerini alıp satmaya başladık. Beyaz eşya sektörüne

de adım attık. İlk zamanlarda ailelerin alabileceği buzdolabı, dikiş makinesi, merdaneli çamaşır makinesi gibi ürünler sattık. 1960'lı yıllardan sonra hacim giderek arttı. 1980'li yıllardan sonra da abim ve ben için içine girmeye başladık. Gümrük Birliği'nin açıldığı yıllarda ticaret daha hızlandı. Halen de abimle birlikte çalışıyoruz. O diğer işimiz olan demir sektöründe daha fazla yoğunlaşıyor. Ben de beyaz eşya tarafına daha ağırlıklı bakıyorum. Yıllar içinde gittikçe geliştik. 1987'de ben resmi olarak şirkete dahil oldum. Onun öncesinde de çırallık yaptım diyebilirim burada. Çocukken bile elemanlarla servise giderdik. Harçlık bile alırdım o zaman. Dedem bize harçlık vererek işi sevdirdi diyebilirim. Dükkânda çalışıyorduk. Bizi işe alıştırdı. Bağlılığımızı sağladı. Hazıra konmak yerine hak edip kazanmanın mantığı ile büyüdük.

Bisiklet bile sattırdılar bize. Babamız değil ama dedemiz çok sıkıydı. İyi ki öyle yapmışlar. Biz de işimizin değerini bilerek yapmayı öğrendik. 35 yaşında kızıma işi devretmeye çalışıyorum. Bizim yanımızda yavaş yavaş yetişti.

Arçelik markası size ne ifade ediyor?

Ben doğar doğmaz Arçelik bayisiydim. Koç Türkiye'nin idollerinden birisi. Ben Rahmi Beyle de tanıştım. Koç sadece Arçelik ile sınırlı değil. Türkiye'ye önderlik etmiş bir firma. Hem çalışanlarına hem bayilerine çok yardımcı olan bir firma. Her şeyini verebiliyor. Markasına değer veriyoruz. Yurt dışına ihracat yaparak ülkeye gelir sağlıyor. Biz çok mutluyuz. Üretilen ürünler çok kaliteli. Bunu da herkes biliyor. Servis konusunda da çok iyiler. 1999 yılındaki depremden sonra bile arkamızda durup hep desteklediler. Birçok kriz dönemi geçirdik. Hepsinde bize destek verdiler. Ayakta kalabilenler kaldı.

Tüketicinin markaya bakışı nasıl burada?

Adapazarı'nda 5 adet Arçelik bayi var. Tüketiciler ürünleri, servisi ve sistemini çok seviyor. Diğer markaların da çok iyi hizmetleri var. Allah herkesin yolunu açık etsin. Biz tek mağazayız. Bir ara babamız emekli olduktan sonra demir ve patlayıcı av malzemeleri sektörüne ağırlık vererek beyaz eşya işini ikinci sıraya atmıştık bunuda yavaş ve emin adımlarla gidelim diye yaptık. Bizden sonra Arçelik bayisi olan arkadaşlar bize gelip fikrimiz aldıktan sonra bayi oldular. Sakarya'da Arçelik denildiğinde akla gelen ilk firmalardan biriyiz.

Son dönemdeki ekonomik kırılganlıktan dolayı sorunlar olabiliyor. Kredi kartından kotalara vb. Ortak dertlerimiz dediğiniz konular ve bunlar için çözüm önerileriniz nelerdir?

Enflasyonist ortamları daha önce de gördük. Eski dönemlerde de yaşadık. Beyaz eşya işi yapacaksanız dükkânınız kendinizin olacak. Kira vermeyeceksiniz. Kira verirsiniz her türlü geriye doğru gidersiniz. Kiracı olduğumuz dönemler de oldu. Ama çok zor. Beyaz eşyada belirli bir kar oranı var. Direk kiraya veriyorsunuz. Kendi işinizde kendi işinize yatırım yapmalısınız. Ben beyaz eşyacıyım. Borsa, kripto vb. yatırımı olmamalı. Ya da bunları çok iyi bilip



girmeniz gerekiyor. Yaptığınız işi çok iyi biliyor olmanız lazım. Bu şekilde çok bocalayan oldu. Çok stoğa girenler de oldu. Çok stok her zaman büyük külfet. O kadar stoğa girilmemeli. 80'li 90'lı yıllarda böyle yaptık ama elimizden çıkarabilmek için çok zorlandık. Yaklaşık 15 yıldır stoğu aza indirdik ve çok daha rahat ettik.

Mağazacılık ve perakendecilikle ilgili genel görüşleriniz nelerdir? Örnek olabilecek bir ders bir hikâye var mı?

İlk yıllarımızda abimle daha genç olduğumuz dönemler. Almanya'da o dönemde sürekli bir ürün akışı var ama dedem bize aldirtmıyor. Bir gün Almanya'da bir müşteri geldi. Çamaşır makinesi alacak. Abimle adamın arabasında bir Grundig müzik seti gördük. Türkiye'ye satmaya getirmiş. Biz

müzik setiyle çamaşır makinesiyle değiş tokuş yaptık. Aslında dükkânda satacağız diye aldık ama abimle asıl hedefimiz onu eve almaktı. Belki de çamaşır makinesi o cihazın yarısı bile etmezdi. Biz bunu 20 yıl kullandık. Bugünü hiç unutamıyorum.

Bu meslekte hedefiniz nedir?

Hedefimiz işi dördüncü kuşağa bırakmak. Kızıma bu işi devretmek istiyorum. Şu anda bırakıyorum yavaş yavaş. 3 kızım var ama diğerleri genetik mühendisi ve iç mimar olarak kendi işlerini yapıyorlar. Çevre Mühendisi olan kızım ile devam ediyorum. Başka bir hedefimiz yok. Olduğumuz gibi olup, az olsun öz olsun diyoruz.

Kahve makinelerinin perakendeye etkisi artık biliniyor. Siz bu makineler satarken özel bir şey yapıyor musunuz?

Kahve satışlarınızı artırıyor mu? Arçelik olarak kahvenin sizin için önemi nedir?

Arçelik ilk olarak kahve makinesini çıkardığında çok büyük paralara satılıyordu. Tüm bayiler inanamıyordu satışlara. Ama sonrasında makinenin yaptığı kahve neredeyse közde yapılmış kahve gibi zevk vermeye başladı. Diğer markalar da bunu takip ettiler. Arçelik'in ilk çıkan makinesini soran müşterilerimiz oluyor. Burada da kullanıyoruz ve gelen müşterilere isterseniz kendiniz yapın, isterseniz biz yapalım diyoruz. Babam 70 yaşından sonra kahve yapmayı kendi öğrendi. Her şeyi önüne gelsin isterdi ama şimdi kendi tek tuşa basıp yapıyor. Kahvenin 40 yıl hatırı vardır. Arçelik 40 yıl diye bir makine de çıkarttı. Biz de müşterilerimize hediye olarak vermiştik. Közde yapılan kahvenin tadını verebilen bir makine var. O yüzden Arçelik kahveyi daha çok sevdi.

Arçelik olarak hangi ürünleri satmayı daha çok seviyorsunuz?

Benim idolüm buzdolabı. Her evde olması gerektiği için böyle düşünüyorum. İlk göz ağrımız.

4. nesil olarak mağazanıza gelip ürün alan müşterileriniz halen oluyor mu?

Babamın arkadaşları pek kalmadı. 88 yaşında ama ondan alışveriş yapmış olanların çocukları ve torunları geliyor halen. Bizim bu dükkânın yeri 3. yerimiz. Halen o dükkânı tarif edip gelenler oluyor. Böyle bir aile işimiz olduğu için biz de bundan gurur duyuyoruz.





Bülent Bülbül

LG Electronics Türkiye B2C Satış Direktörü

“ LG Brandshop, teknoloji yatırımcılarının gözdesi olmaya devam ediyor ”

LG, müşterilerine daha iyi bir deneyim yaşatmak ve ürünlerinin performanslarını en iyi şekilde tanıtabilmek için çalışmalarına hız kesmeden devam ediyor. Bu kapsamda Türkiye'nin farklı yerlerinde Brandshop yatırımlarına devam eden şirket, ses sistemleri, OLED teknoloji TV'ler, enerji tasarruflu iklimlendirme ürünleri ve akıllı beyaz eşyaları ile kullanıcılarının yaşamlarına değer katıyor. LG Electronics Türkiye B2C Satış Direktörü Bülent Bülbül, LG Türkiye olarak, tüketici ihtiyaçlarını merkeze alan yaklaşımları ile geleceğin yaşamını bugünden inşa etmeye devam edeceklerini belirtiyor.

2024 yılı, LG Türkiye için teknolojiyle yaşamı dönüştürme vizyonumuz doğrultusunda önemli bir dönüm noktası oldu. Bu yıl, akıllı yaşam çözümlerine odaklanarak, yapay zeka destekli ürünlerimiz ve sürdürülebilir teknolojilerimizle müşterilerimize her an “Life's Good” hissini yaşatmayı hedefledik. Tüketicilerin diledikleri her an yanlarında olan ses sistemlerimiz, OLED teknoloji TV'lerimiz, enerji tasarruflu iklimlendirme ürünlerimiz ve akıllı beyaz eşyalarımız ile kullanıcılarımızın yaşamlarına değer kattık.

Özellikle LG ThinQ platformu, kullanıcılarımızın yaşamlarını kolaylaştırmak ve ürünlerimizi entegre bir ekosistem haline getirmek için geliştirdiğimiz bir yenilik olarak öne çıkıyor. LG ThinQ, yapay zeka destekli teknoloji ile cihazlarınızı birbirine bağlayarak günlük yaşamınıza eşsiz bir konfor sunuyor. Örneğin, ThinQ ile desteklenen çamaşır makineleri ve klimalar, uzaktan kontrol edilebilir özellikleri sayesinde enerji tasarrufunu optimize

ederken, OLED TV'lerimizle kusursuz bir eğlence deneyimi yaşıyoruz. Sesli komutlarla çalışan bu akıllı ekosistem, kullanıcıların ihtiyaçlarına hızlı ve verimli çözümler sunuyor.

2025'e baktığımızda, CES 2025'te duyurulacak “Sevecen Zeka” vizyonumuz çerçevesinde, Türkiye pazarında da yenilikçi, kullanıcı odaklı ve entegre çözümler sunmayı sürdüreceğiz. Yapay zeka teknolojilerimizi, kullanıcı deneyimini her an zenginleştiren bir ekosistem oluşturmak için kullanarak, yaşam alanlarını daha akıllı, daha bağlı ve daha kişisel hale getirme hedefindeyiz. LG ThinQ'nun bu vizyonda oynayacağı rol çok büyük, çünkü akıllı ev teknolojilerini yeniden tanımlayarak müşterilerimizin hayatını dönüştürüyoruz.

LG Türkiye olarak, tüketici ihtiyaçlarını merkeze alan yaklaşımımızla geleceğin yaşamını bugünden inşa etmeye devam edeceğiz.



LG Bayi Açılışlarında Yeni Adım: İkinci Şubeyi Açma Motivasyonu

Umut Kızıltepe / ENKA

Öncelikle, LG markasının elektronik sektöründeki dünya çapındaki lider konumu ve ürünlerimizin kaliteli ve dayanıklı yapısı, büyük bir avantaj sunuyor. LG, piyasada farklı ürün gamlarıyla öne çıkıyor; örneğin, WashTower gibi diğer markalarda bulunmayan çok farklı ve dikkat çekici ürünlerimiz var. Bunun yanı sıra, piyasayı yakından takip eden, çevik bir ekibe sahibiz ve rekabet ortamına hızlı reaksiyon alabiliyoruz. Tüm bunlar bizi ikinci bir şube açma kararına yönlendirirken, tüketici taleplerini daha iyi karşılamamızı da sağlıyor.

Yeni Yatırımcılara Tavsiyeler

Yeni yatırımcılara öncelikle markaya olan güvenlerini tam olarak oturtmalarını tavsiye ederim. Bunun yanında, doğru bir ekip kurmak ve işi bilen, profesyonel kişilerle çalışmak başarının anahtarıdır. Kendi firmanızın belirlediği satış ve pazarlama politikalarını eksiksiz bir şekilde uygulamak çok önemlidir.

Tek şube ile belli bir bölgeye hitap ederken, birden fazla şubeye sahip olduğunuzda farklı bölgelerdeki müşteri portföylerine ulaşma şansı yakalarsınız. Şubeler arası sinerji oluşturarak, tüm tüketicileri en yakın lokasyona yönlendirme fırsatı bulabilirsiniz. Bu, hem markanızın güvenilirliğini artırır hem de büyük bir müşteri tabanı oluşturmanızı sağlar.

Tüketici Talepleri ve Öne Çıkan Ürün Grupları

Tüketicilerden aldığımız geri dönüşler oldukça olumlu. LG markasını bayi olmadan önce de satıyorduk, bu nedenle zaten bir müşteri portföyümüz bulunuyordu. LG'nin XXL ürünleri, OLED ve QNED televizyon modelleri gibi yenilikçi ürünleri büyük bir ilgi gördü. Bunun yanı sıra, LG olarak müşterilerimize sunduğumuz farklı deneyimler bizi ayrıca mutlu ediyor. Kaliteli, dayanıklı ve yenilikçi ürünler sunarak tüm bu ilgiyi hak ettiğimizi düşünüyorum.

2024 yılı, LG Türkiye için teknolojiyle yaşamı dönüştürme vizyonumuz doğrultusunda önemli bir dönüm noktası oldu.

“ Dijital dönüşüm ve e-ticaret alanlarında yatırımlarımızı artırarak, müşterilerimize daha hızlı ve etkili hizmet vermeyi amaçlıyoruz ”

Beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektörünün öncü firmalarından Gürses Kurumsal, yatırımlarına ara vermeden devam ediyor. Zorlu geçen 2024 yılını hedeflerine ulaşılarak kapatan firma, 2025 yılına da stratejik adımlar, ortaklıklar ve yeni projelerle girmeye hazırlanıyor. Şirket, yakında zamanda yeni 28.000 m²'lik deposunu da devreye alarak hem operasyonel süreçlerini hızlandırıyor hem de depolama alanını ciddi oranda artırıyor. Yeni depo yatırımı ve şirket özelindeki son gelişmeleri Gürses Kurumsal Yönetim Kurulu Başkanı İrfan Gürses ile konuştuk.



İrfan Gürses
Gürses Kurumsal Yönetim Kurulu Başkanı

Sektöre nasıl adım attınız, beyaz eşya ticaretine başlama hikâyeniz nedir?

1970'li yılların başlarıydı, daha yirmili yaşlardaydık. O zamanlar rahmetli babamız Hacı Ahmet Gürses'in himayelerinde, kardeşler olarak ilk mağazamızı açtık. Beyaz eşya, halı ve mobilya ürünleri satıyorduk. Babamızın bize rehberlik etmesiyle başladık bu yola. Yıllar içinde otomotiv, enerji, inşaat gibi başka sektörlerle de girdik ama beyaz eşya ticareti her zaman bizim için özel bir yer tuttu, hiç kopmadık bu işten.

Bugün artık biraz daha sakin bir tempoya geçtim. İşlerimizi çocuklar ve profesyonel ekibimizle birlikte yürütüyoruz. Onların elinde işimizin güzel bir şekilde devam ettiğini görmek bana ayrı bir mutluluk veriyor. Baştan beri bu iş bizim için sadece bir ticaret değil, aynı zamanda bir aile mirasıydı. Bu mirası yaşatıyor olmak bizim için çok kıymetli.

2024 yılı Gürses Kurumsal için nasıl geçti? Olumlu ve olumsuz yönlerinden biraz bahsedebilir misiniz?

2024 yılı, Gürses Kurumsal için hem fırsatlar hem de zorluklarla dolu bir dönem oldu. Yılın başında, TCL ile gerçekleştirdiğimiz iş birliği sayesinde ürün gamımızı genişleterek pazardaki konumumuzu güçlendirdik. Antalya'da düzenlediğimiz bayi toplantısında, 2024 yılı için yeni ürünlerimizi tanıttık ve bayilerimizle stratejilerimizi paylaştık.

Azalan talep ve iç pazardaki dalgalanmalar, bizim de operasyonlarımızı etkiledi. Esnek ve proaktif yaklaşımlarımızla bu süreçleri yönettik. Ayrıca, müşteri memnuniyetini en üst düzeyde tutmak için hizmet kalitemizi sürekli olarak iyileştirdik.

Sonuç olarak, 2024 yılı, karşılaştığımız zorluklara rağmen, stratejik adımlarımız ve iş ortaklıklarımız sayesinde büyümemizi sürdürdüğümüz bir yıl oldu. Geleceğe yönelik yatırımlarımız ve yenilikçi yaklaşımımızla, sektördeki konumumuzu daha da güçlendirmeyi hedefliyoruz.

Maşallah, büyük ve modern bir lojistik depo inşa etmişsiniz. Günümüz ihtiyaçlarına cevap verecek çok önemli bir yatırım olmuş. 28.000 m²'lik bir depo inşaatını tamamlamışsınız. Neden böyle bir depoya ihtiyaç duydunuz?



Teşekkür ederim, gerçekten bizim için oldukça stratejik bir adım oldu. Depo inşaatını hayata geçirmemizin en önemli nedeni, artan ürün çeşitliliğimiz ve müşteri taleplerine daha hızlı ve etkin bir şekilde cevap verme isteğimizdi. Günümüz pazar dinamiklerinde, lojistik ve stok yönetimi artık başarıda kilit bir rol oynuyor.

28.000 m²'lik bu modern depo, hem depolama kapasitemizi ciddi anlamda artırıyor hem de operasyonel süreçlerimizi hızlandırıyor. Teknolojik altyapısı sayesinde ürün takibi ve sevkiyat süreçlerini çok daha verimli bir şekilde yönetebiliyoruz. Ayrıca, ürünlerimizin güvenliği ve kalite standartlarını koruma konusunda da bu yeni depo büyük bir avantaj sağlıyor. Özetle, bu yatırımı yapmamızdaki temel hedef, iş süreçlerimizi optimize etmek, lojistik maliyetlerimizi düşürmek ve müşterilerimize daha iyi bir hizmet sunmaktır. Şimdi bu yatırımın meyvelerini toplamaya başladık, bu da bizi oldukça mutlu ediyor.

2025 yılından beklentiniz nelerdir?

2025 yılı için Gürses Kurumsal olarak hedeflerimiz ve beklentilerimiz oldukça yüksek. Öncelikle, beyaz eşya sektöründe enerji verimliliği ve sürdürülebilirlik odaklı ürünlere olan talebin artmasını bekliyoruz. Bu doğrultuda, ürün portföyümüzü enerji tasarruflu ve çevre dostu seçeneklerle genişleterek müşterilerimize daha yenilikçi çözümler sunmayı planlıyoruz.

Ayrıca, dijital dönüşüm ve e-ticaret alanlarında yatırımlarımızı artırarak, müşterilerimize daha hızlı ve etkili hizmet vermeyi amaçlıyoruz. Lojistik altyapımızı güçlendirmek için inşa ettiğimiz modern depomuz, bu hedeflerimize ulaşmamızda önemli bir rol oynayacak diye düşünüyorum.

Öncelikle bu keyifli sohbet için teşekkür ederim. Ek olarak şunu belirtmek isterim: Gürses Kurumsal olarak bizler, sadece ticari hedeflerimize odaklanan bir şirket değiliz. Sosyal sorumluluk projelerine ve çevreye duyarlı bir iş modeli geliştirmeye de büyük önem veriyoruz.

Özellikle genç girişimcilere ve yerel ekonomilere destek olmayı, eğitim projelerine katkı sağlamayı sürdürüyoruz. Geleceğin daha yaşanabilir bir dünya olması için enerji verimliliği ve çevre dostu teknolojilere yatırım yapmayı önceliklerimiz arasında görüyoruz.

Bu vesileyle, bize güvenen müşterilerimize, iş ortaklarımıza ve emeği geçen tüm çalışma arkadaşlarımıza teşekkürlerimi sunmak istiyorum. Birlikte daha güzel bir gelecek inşa edeceğimize inanıyoruz.



İLİNDİR

GÜRSES
KURUMSAL

Türkiye merkezli BSH Gelişen Pazarlar Bölgesi çift haneli büyümeyi sürdürüyor

BSH Ev Aletleri Grubu'nun 2020 yılından bu yana Türkiye'den yönetilen ve 130 ülkede 4,6 milyar nüfusu kapsayan Gelişen Pazarlar Bölgesi (REM), istikrarlı büyümesini sürdürüyor. 2025 yılının fırsatları arasında dijitalleşme, enerji verimliliği ve yeşil dönüşüm öne çıkarken bölge çeşitli zorluklara rağmen büyüme potansiyelini koruyor. Gelişen Pazarlar Bölgesi'ne yatırımlar devam ederken önümüzdeki 5 yılda Türkiye'ye yaklaşık 500 milyon Euro yatırım yapılması bekleniyor.

Avrupa'nın lider ev aletleri üreticisi BSH'nin dört ana yönetim bölgesinden biri olan Gelişen Pazarlar Bölgesi (REM), stratejik önemi ve operasyonlardaki başarısı ile öncü konumunu koruyor. Nisan 2020'den bu yana Türkiye'den yönetilen bölge 2024 yılında da dikkat çeken çalışmalara imza attı. Bölgenin 2024 yılındaki performansını ve gelecek hedeflerini BSH Gelişen Pazarlar Bölgesi CEO'su ve BSH Ev Aletleri Yönetim Kurulu Başkanı Gökhan Sığın ile BSH Gelişen Pazarlar Bölgesi CFO'su ve BSH Ev Aletleri Yönetim Kurulu Başkan Vekili Sedef Ataman paylaştı.

BSH Ev Aletleri Yönetim Kurulu Başkanı Gökhan Sığın, yaptığı değerlendirmede "Dünya çapında 38 fabrikası ve 60 bini aşkın çalışanı ile BSH'nin dokunduğu en büyük coğrafya olan Gelişen Pazarlar Bölgesi'nde güçlü bir yılı geride bırakıyoruz. 130 ülke ile çok geniş bir coğrafyada 4,6 milyarlık büyük bir nüfusu barındıran bölgemizde, 2024 yılında büyümeyi sürdürmenin mutluluğunu yaşıyoruz. 13 iştirak, 9 fabrika, güçlü global marka portföyü, yenilikçi ürün ve hizmetlerimiz ile Gelişen Pazarlar Bölgesi, büyüme potansiyelini 2025 yılında da koruyor." dedi. Sığın, başta Türkiye olmak üzere bölgeye yatırımların devam edeceğine işaret etti.

Mısır'da yeni fabrika 2025 yılının ilk aylarında açılıyor

Dünyanın en büyük 600 şehrinin dörtte birinin bulunduğu Gelişen Pazarlar Bölgesi, 2024 yılında büyük gelişmelere de ev sahipliği yaptı. Mısır'da inşaatı devam eden yeni fabrikanın kapılarını 2025 yılının ilk aylarında açması bekleniyor. Yılda 80.000 fırın üretecek olan fabrika, Hidrojen Florür (HF) filtresi gibi sürdürülebilir üretim teknolojilerinde de ilklere imza atıyor. Gökhan Sığın, Suudi Arabistan, Güney Doğu Asya ve Güney Afrika'da da büyüme ivmesinin devam ettiğini, ayrıca Hindistan'da bulaşık yıkamada yeni bir devir başlatıldığını belirtti. Elde yıkama kültürünün yaygın olduğu ülkede bulaşık makinesi kategorisinin geliştiğine işaret eden Sığın, "Yeni nesil ürünlerimizle, elde yıkamaya kıyasla su ve enerjiden tasarruf sağlarken aynı zamanda daha kısa sürede daha hijyenik bir yıkama deneyimi sunuyoruz" dedi. Sığın bu gelişmelerle bölgenin daha da güçlendiğine değinirken "Gelişen Pazarlar Bölgesi'nde başarının taşıyıcı gücü ise gururla ifade edebiliriz ki Türkiye oldu. Grubun en büyük üretim tesisi Türkiye'de bulunurken buradan 150 ülkeye ihracat yapıyoruz. 8.000'den fazla çalışmamız, yaklaşık 400 kişilik A-Ge ekibimiz ve Türkiye'nin ilk sertifikalı Ar-Ge merkezi ile Gelişen Pazarlar Bölgesinin kalbi olarak konumlanıyoruz." dedi.

Türkiye'ye önümüzdeki 5 yılda 500 Milyon Euro'dan fazla yatırım

BSH Türkiye, 8.000'den fazla çalışanı ile Bosch, Siemens, Gaggenau ve Profilo markaları altında teknoloji ve sürdürülebilirlik şampiyonu ürünlerini tüketicilerle buluşturuyor. Bünyesinde 5 fabrika, Ar-Ge merkezi ve lojistik alanları barındıran Çerkezköy yerleşkesi ise BSH'nin en büyük üretim tesislerinden biri. Yaklaşık 7 milyonluk üretim kapasitesinde sahip olan yerleşkeden tüm dünyada 150 ülkeye ihracat yapılıyor. Çerkezköy'ün bu özellikleri ile eşsiz bir konumda olduğunu vurgulayan Sığın, "BSH Türkiye, üretimden satışa kadar pek çok alanda bölgeye öncülük ediyor. Bu başlıklardan biri de dijital dönüşüm. Çerkezköy'de açılan Future Lab inovasyon merkezi, global uçtan uca izlenebilirlik ve bağlantı projelerine liderlik ediyor. Burada sunulan eğitim ve deneyimlerle Türkiye, BSH'nin dijital yolcuğuna rehberlik sunuyor." diye konuştu.



Gökhan Sığın
BSH Ev Aletleri Yönetim Kurulu Başkanı

Sığın son olarak, başarılı ivmesi ve potansiyeli ile bölgede yatırımların devam edeceğini belirtti ve şöyle devam etti: "Hem Türkiye hem de Gelişen Pazarlar Bölgesi'ne yatırımlarımız devam edecek. Önümüzdeki 5 yılda Türkiye'ye yaklaşık 500 milyon Euro yatırım planlıyoruz."

2024 yılında çift haneli büyüme

Gelişen Pazarlar Bölgesi'nin finansal performansını değerlendiren BSH Gelişen Pazarlar Bölgesi CFO'su ve BSH Ev Aletleri Yönetim Kurulu Başkan Vekili Sedef Ataman ise yılı yine çift haneli büyüme ile kapatmayı beklediklerini söyledi. Bölgenin her yıl yüzde 10 üzerinde büyüdüğünü hatırlatan Ataman, "2024 yılı küresel ve yerel pek çok zorluk yanında fırsatları da beraberinde getirdi. Büyüme stratejimiz doğrultusunda temkinli ve akılcı adımlar attık. Sonuç olarak da büyümemizi koruduk ve yılı yine yaklaşık yüzde 10'un üzerinde bir büyüme ile kapatmayı umuyoruz" dedi. "İşimizin kalbinde insan yatıyor. Yaşam kalitesini artırmayı amaçlayan ürün ve hizmetlerimizi tüm bölgede 10.000'i aşkın çalışmamızla tüketicilerimize ulaştırıyoruz." diye konuşan Ataman, bölgedeki beyaz eşya pazarının 2030 yılında 51 milyar Euro'ya ulaşmasının beklendiğini paylaştı.

2025 fırsatlar ve zorluklarla geliyor

2025 yılı için değerlendirmelerde bulunan Ataman, beyaz eşya sektörünün geleceğine yönelik beklenen kritik fırsatları ve zorlukları paylaştı. Fırsatlar arasında artan tüketici talebinden bahseden Ataman, genişleyen orta sınıf ve kentleşme sürecinin, beyaz eşya talebini artırdığını söyledi. "Bununla beraber daha küçük ve modern yaşam alanlarına uygun yenilikçi beyaz eşya ürünlerine olan talep hızla yükseliyor. Enerji tasarrufu sağlayan ürünlere yönelik talep hem tüketiciler hem de hükümetler tarafından teşvik edilirken bölgesel enerji standartları, üreticileri yüksek verimlilikte ürünler geliştirmeye yönlendiriyor. Öte yandan IoT ve akıllı ev teknolojileri, dijitalleşme yatırımları için fırsatlar sunuyor" diyen Ataman, buna karşılık ekonomik dengesizlikler ve yüksek enflasyon gibi zorluklar bulunduğuna işaret etti. Ataman şöyle devam etti: "Küresel ve yerel ekonomilerdeki dengesizlikler, maliyet yönetimi ve fiyatlandırma stratejileri üzerinde ciddi baskılar oluşturuyor. Yüksek enflasyon, tüketici alım gücünü azaltarak talepte dalgalanmalara yol açabiliyor ve kârlılık hedeflerini etkileyebiliyor."

KUMTEL®

PROFESYONEL STANDLI BUHARLI KIRIŞIK GİDERİCİ

EVDE KOLAYCA GÜÇLÜ VE PROFESYONEL DÜZEYDE
BUHARLAMA ELDE EDİN



kumtel.com | kumtelturkiye/



Arzum, Gault & Millau Türkiye 2025 Rehber Ödül Töreni'nin Gold Sponsoru oldu



Dünya gastronomi otoriteleri tarafından takdir edilen derecelendirme rehberlerden biri olan Gault & Millau, Sözen Grup iş birliğiyle 2025 Türkiye Rehberi için hazırladığı ikinci seçkiyi gastronomi tutkunlarının ilgisine sundu. Yerli ve yabancı konukların yer aldığı gecede farklı kategorilerde konumlandırılan ödüller sahiplerini buldu. Bu önemli gecenin Gold Sponsoru olan Arzum, etkinliğe çok fonksiyonlu Akıllı Mutfak Robotu Arzum Thermogusto ve OKKA Espresso stantlarıyla katıldı. Burada birbirinden farklı espresso bazlı kahve çeşitleri ve Arzum Kurumsal Mutfak Şefi Murat Çakmak'ın Thermogusto ile hazırladığı leziz ikramlar, katılımcılara ikram edildi.

Arzum Yönetim Kurulu Başkanı Murat Kolbaşı, gecede "En İyi Outside Catering" ödülüne layık görülen Doğu Hospitality & Retails'e ödülünü takdim etti.

"Türk mutfağını global arenada hak ettiği konuma hep birlikte ulaştıracağız"

Kolbaşı bu önemli gece hakkında ayrıca yorumlarını paylaştı; "Gastronomi dünyasında kendine saygın bir yer edinen Gault & Millau Rehberi, Avusturya, Hırvatistan, Belçika, Birleşik Arap Emirlikleri, İtalya, Fransa, Lüksemburg, Japonya, Hollanda, Sırbistan, İsviçre, Slovenya ve Almanya gibi ülkelerde yer alarak gastronomi dünyasında bir önemli bir belirleyici konumuna geldi. Tüm bu ülkeler arasında Türkiye'nin yer alması ise bizler için ayrı bir gurur kaynağı. Burada ikinci edisyonu yapılan gecede, birbirinden farklı kategorilerde ödülle onurlandırılan şeflerimiz ve restoranlarımız sayesinde geleneksel Türk lezzetleri tüm dünya tarafından duyuluyor. Marka olarak ise ürettiğimiz yenilikçi ürünlerle Türk mutfağını ve Türk kahvesini tüm dünyayla buluşturmak



için durmaksızın çalışıyoruz. Bu sebeple böylesi bir geceye sponsor olarak şeflerimizi ve restoranlarımızı desteklemekten büyük bir mutluluk duyuyoruz. İnanıyorum ki, büyük-küçük fark etmeksizin hepimizin kolektif olarak göstereceği çabaların meyvesini alacağız. Mutfağımızı global arenada hak ettiği konuma hep birlikte ulaştıracağız.

MediaMarkt SMARTIES AWARDS 2024'te 7 ödülün sahibi oldu

MediaMarkt, MMA Türkiye tarafından düzenlenen ve modern pazarlama alanında yaratıcılığı, yenilikçiliği ve iş başarılarını ödüllendiren SMARTIES MEA & Türkiye 2024'e 7 ödülle damgasını vurdu. Hem Orta Doğu ve Afrika (MEA) hem de Türkiye çapında verilen ödüllerde 4'ü Altın 6 ödül kazanan MediaMarkt, geçtiğimiz yılın 'En İyi'lerine verilen Türkiye 2023 Best-in-Show Winner Ödülü'nün de sahibi oldu.

SMARTIES MEA Ödüllerinde 'AI-Powered Audience Engagement' ve 'Innovative Use of AI in Advertising' kategorilerinde Altın Ödül alan MediaMarkt, 'Data Insights / Contextual Marketing' kategorisinde de Gümüş Ödüle layık görüldü.

SMARTIES TÜRKİYE 2024'te ise 'AI-Powered Audience Engagement'



ve 'Innovative Use of AI in Advertising' kategorilerinde Altın Ödülü evine götüren MediaMarkt, 'Web 3.0 Technologies Marketing' kategorisinde ise Gümüş Ödül aldı.

MediaMarkt, geçtiğimiz günlerde açıklanan SMARTIES Europe Ödüllerinde de online alışveriş deneyimini kişiselleştiren "House of AI" projesiyle 3 Gümüş, 1 Bronz Ödülün sahibi olarak toplamda 11 ödül kazanmış oldu.

UFO®

İNFRARED TEKNOLOJİ

Bayi Ağına Katılın

Türkiye Pazarına Yeniden Ağırlık Veriyor!

En köklü yerli ısıtıcı markası olan **UFO**, yurtdışı başarılarının ardından Türkiye pazarına yeniden ağırlık vererek faaliyetlerine devam edecektir. **UFO**'nun ayrıcalıklı dünyasına katılarak bu heyecan verici dönemin bir parçası olun! QR kodunu tarayarak veya web sitemizi ziyaret ederek '**Bayi Başvurusu**' bölümünden başvurunuzu yapabilirsiniz.

Şimdi harekete geçin, bu benzersiz fırsatı kaçırmayın!



Mobil Kontrol



Uzaktan Kumanda ile Kontrol



Manuel Kontrol



Termostat Kontrol



UFO SAĞLIKLI DIR



UFO EKONOMİKTİR



UFO UZUN ÖMÜRLÜDÜR



Bayim Ol



Sektöre Liderlik Eden Ürün Kalitesi



Yüksek Müşteri Memnuniyeti



Inovatif Üretim Anlayışı



Geniş Servis Ağı



7/24 Müşteri Desteği

İletişim : info@ufotr.com



/ufokurumsal

www.ufotr.com

Yorglass, sektöründe İş'te Eşit Kadın Sertifikası almaya hak kazanan ilk şirket oldu

İş hayatında kadınlara eşit haklar ve fırsatlar sunan kurumlar, Sürdürülebilirlik Akademisi ve İngiliz denetim şirketi Intertek işbirliği ile yapılan bağımsız bir denetim sonrası bu yaklaşımlarını belgelendirerek iş dünyasındaki dönüşümün öncülerinden olup İş'te Eşit Kadın Sertifikası almaya hak kazanıyorlar. İş'te Eşit Kadın Sertifikası alan kurumlar 2015'te Birleşmiş Milletler'e üye tüm ülkeler tarafından kabul edilen "17 Sürdürülebilir Kalkınma Amacını" gerçekleştirme yolundaki sürece de katkı sağlıyorlar. Toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanmasına yönelik yapılan her çalışma kuruma yararlarının yanında ulusal ve global ölçekte de bütünsel bir amaca hizmet ediyor.

Fırsat eşitliğine yönelik taahhüt ve söylemlerini eyleme geçirmiş olan kurumlar Yönetim Sistemi, İşe Alım ve Çalıştırma, İş Sağlığı ve Güvenliği, Tedarik Zinciri ve Sosyal Etki ana başlıkları altındaki kriterlere göre denetleniyorlar. Kurum itibarı, çalışan bağlılığı, sürdürülebilir yönetim sistemi oluşturma gibi pek çok alanda kurumlara katkısı olan İş'te Eşit Kadın Sertifikası aynı zamanda Toplumsal Cinsiyet Eşitliği için yapılan çalışmaların önemli örneklerinden biri olarak öne çıkıyor. Bu kapsamda Intertek tarafından yapılan denetim sonrası İş'te Eşit Kadın Sertifikası almaya hak kazanan Yorglass, sektöründe bu belgeyi alan ilk şirket oldu.

"Hem çevresel hem de toplumsal olayları odağımıza alıyoruz"

Toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda öncü bir duruş sergilediklerini söyleyen Yorglass İnsan Kaynakları Direktörü Ayşe Doğruöz; "Yorglass olarak endüstriyel cam işleme ve düz cam ticareti alanlarındaki 50 yıllık köklü birikimimiz, uzmanlığımız, nitelikli iş gücümüz, teknolojik alt yapımız ve yaptığımız büyük yatırımlarla



Ayşe Doğruöz
Yorglass İnsan Kaynakları Direktörü

sektörümüzde öne çıkıyoruz. Cam dünyasının güvenilir ve global tedarikçisi olarak ürünlerimizi; Yorglass Ticaret, Yorglass Satına, Yorglass Ticari Soğutucu ve Yorglass Beyaz Eşya iş üniteleri altında Türkiye'nin beş farklı şehrinde yer alan yedi fabrikamızda üreterek ulusal ve uluslararası müşterilerimize ulaştırıyoruz. Üretici bir firma olarak sadece ürün ve hizmetlere kanalize olmuyor, sürdürülebilirlik çalışmalarımız çerçevesinde toplumsal ve çevresel konuları da odağımızda tutuyoruz. Bunun en özel örneklerinden biri de kadın çalışan oranımızı artırmaya yönelik uygulamalarımız." dedi.

Zorlu Grubu'nda üst düzey atama



Burak Aydın
Teknoloji ve Dijital İş Geliştirme Grubu Başkanı

Zorlu Grubu, Akıllı Hayat 2030 sürdürülebilirlik yaklaşımı kapsamında; bilgi teknolojileri ve dijitalleşme alanındaki dönüşüm yolculuğunda güçlü adımlar atmaya devam ederken; Bilgi Teknolojileri Grubu Başkanlığı'nı, Teknoloji ve Dijital İş Geliştirme Grubu Başkanlığı'na dönüştürdü. Bu kapsamda teknoloji ve dijital iş modelleri geliştirme stratejilerinin liderliğini üstlenmek üzere Teknoloji ve Dijital İş Geliştirme Grubu Başkanlığı görevine, 2 Aralık 2024 tarihi itibarıyla Burak Aydın atandı.

2013'ten bu yana Zorlu Grubu'nda Bilgi Teknolojileri Grubu Başkanlığı görevini başarıyla yürüten Murat Zeren'in, 30 Kasım 2024 itibarıyla görevinden ayrılma kararı almasıyla gerçekleştirilen yeni yapılanma ile Grubun teknoloji, inovasyon, dijitalleşme ve yapay zeka alanlarındaki dönüşüm stratejilerinin daha ileriye taşınması, yenilikçi dijital iş modellerinin geliştirilmesi ve bu süreçlerle Zorlu Grubu'nun sürdürülebilir büyümesine katkıda bulunulması hedefleniyor.


Burak Aydın, 1997 yılında ODTÜ Makine Mühendisliği bölümünden mezun oldu, ardından 1999 yılında ODTÜ İşletme Yüksek Lisans Programı'nı tamamladı. Aydın, Accenture Almanya ve Avusturya ofislerinde çeşitli projelerde danışman olarak çalıştıktan sonra, Türkiye'de Siemens Business Services bünyesinde Stratejik Planlama Danışmanı ve Müdürü görevlerini yürüttü. 2006-2017 yılları arasında Intel Türkiye bünyesinde sırasıyla İş Geliştirme Müdürü, İş Geliştirme Genel Müdür Yardımcısı ve Genel Müdür olarak görevini sürdürdü. 2017-2018 yılları arasında Silver Spring Networks bünyesinde, 2018-2021 yılları arasında SabancıDx şirketinde Genel Müdürlük görevinde bulunan Burak Aydın, 2021 yılından bu yana yer aldığı Amazon Web Services bünyesinde Türkiye Genel Müdürü görevini yürütüyordu.

Mutfağınıza şıklık katan yenilikçi ürünler TECNA'da!



Estetik tasarımları ile her mutfığa uyum sağlayan Tecna, yeni yılda da mutfağınızın ihtiyacı olan şıklığı ve işlevselliği sizlere sunarak hayatınızı kolaylaştırıyor!

    TecnaTurkiye

 Çağrı Merkezi

0850 225 03 52

tecna



sersim kuruluşunun bir markasıdır.

Akıllı teknolojiler ve hayatı kolaylaştıran ürünler zirvede



Hepsiburada, 2024 yılında platformundaki milyonlarca sipariştten yola çıkarak Türkiye'deki tüketim ve alışveriş alışkanlıklarını ve tercihlerini ortaya koyan önemli verileri açıkladı. Akıllı teknolojilerden giyime, mutfak ihtiyaçlarından kişisel bakıma kadar birçok kategoriden milyonlarca ürünün incelenmesi ile ortaya ilgi çekici sonuçlar çıktı.

Ev yaşamını kolaylaştıran küçük ev aletleri, bu yılın en çok tercih edilen kategorileri arasında yer aldı. Özellikle temizlikte, kullanıcıların sıkça dile getirdiği "dikey mi, robot süpürge mi?" sorusunun yanıtı, satış performanslarına göre robot süpürgelerden yana oldu. Mutfaklarda

kahve makineleri ve fritözler pratik çözümler sunarken, buharlı ütüler ve hava temizleme cihazları ev konforunu artıran önemli ürünler olarak öne çıktı.

2024 yılında teknoloji, günlük yaşamın vazgeçilmez bir parçası olmaya devam etti. Özellikle akıllı telefonlar, oyun konsolları ve taşınabilir bilgisayarlar yılın en çok ilgilendiren ürünleri arasında yer aldı. Akıllı saatler ve bluetooth kulaklıklar ise kullanıcıların popüler tercihleri arasında kalmayı sürdürdü.

Türkiye'nin moda tercihlerinde bu yıl rahatlık ön plandaydı. Spor ayakkabılar, saatler ve

güneş gözlükleri aksesuar seçimlerinde öne çıkarken, tişört, kazak ve pantolon gibi temel giyim ürünleri yoğun talep gördü. Kişisel bakımda ise serumlar, güneş koruyucular ve saç bakım ürünleri dikkat çekti. Elektrikli diş fırçaları ve IPL cihazları, kullanıcıların bakım rutinlerinin önemli parçalarından biri haline geldi.

E-ticaretin merkezi olan İstanbul, Ankara ve İzmir dışında, sırasıyla Bursa, Kocaeli ve Antalya en çok alışveriş yapan iller olarak öne çıktı. Hepsiburada'nın pazaryeri modelinde ise İstanbul, Ankara ve İzmir dışında en yüksek ciro yapan iller Çorum, Bursa ve Kayseri oldu.

Tüketiciler, alışverişlerini belirli günlere ve saatlere yoğunlaştırdı. Kasım ayı, yılın hareketli dönemi olurken, 11 Kasım'da en yüksek günlük trafik, sipariş sayısı ve ciro rakamına ulaşıldı. En fazla siparişin verildiği saat dilimi ise akşam 19.00 - 20.00 saatleri arasında kaydedildi. Özellikle Pazartesi ve Salı günlerinde alışveriş yoğunluğu dikkat çekti.

Hepsiburada'da 2024 yılında platforma gelen kullanıcılar tarafından en çok aratılan kelimeler arasında teknoloji ve günlük kullanım ürünleri öne çıkıyor. En çok aranan ilk 5 kelime arasında iPhone 13, listenin başında yer alıyor. Listenin ikinci sırasında outdoor dünyasında popüler olan Stanley termos, üçüncü sırada yenilikçi teknolojiyle iPhone 15, dördüncü sırada ise hem eğlenceli hem de yaratıcı ürünleriyle kullanıcıların sıklıkla aradığı bir marka olan LEGO yer alıyor. Listenin beşinci sırasında ise Apple Watch öne çıkıyor.

Versuni Ev Aletleri, Smarties Awards Türkiye'de 6 ödül kazandı



Versuni Ev Aletleri, modern pazarlama dünyasının yenilikçi ve yaratıcı projelerini ödüllendiren Smarties Awards Türkiye 2024 kapsamında altı ödül birden kazandı. MMA Türkiye tarafından düzenlenen ve sektörde yaratıcılığı ön plana çıkaran bu prestijli organizasyonda, Versuni'nin dijital pazarlama ve teknoloji odaklı yaklaşımları büyük beğeni topladı. Ödül töreni, 16 Kasım'da Swissotel The Bosphorus'ta gerçekleşen bir gala gecesiyle sahiplerini buldu.

Versuni, bu yıl özellikle dijital inovasyon ve yapay zekâ tabanlı projeleriyle fark yarattı. KızlarSoruyor platformunda hayata geçirilen AI fenomeni "Temizlik Perisi" projesiyle, AI-Powered Audience Engagement kategorisinde MEA Gümüş Ödülü ve Innovative Use of AI in Advertising kategorisinde MEA Bronz Ödülü'nün sahibi oldu. Power of Personas projesi ile persona ve veriyi merkeze koyarak oluşturduğu

hedefleme sistemi, dijital pazarlama stratejisi ve kampanyasıyla Versuni, Personalization kategorisinde MEA Bronz Ödülü'nün, Programmatic kategorisinde hem Türkiye Gümüş hem de MEA Bronz ödülleri, Cross Digital Media Marketing kategorisinde ise Bronz ödülün sahibi oldu.

2 ödüllü kampanya: "Temizlik Perisi"

Versuni, Philips Süpürge ürünleri için gerçekleştirdiği, Türkiye'nin ilk yapay zekâ destekli marka elçisi olan "Temizlik Perisi" projesiyle bu yıl dikkatleri üstüne çekti. KızlarSoruyor gibi aktif dijital platformlarda gerçekleştirilen bu proje, organik tüketici katılımını artırırken, markanın inovatif yaklaşımını gözler önüne serdi. Kampanya kullanıcılarla gerçek zamanlı etkileşim kurarak 30 gün içinde 740'ın üzerinde soruya yanıt verdi. Ortalama 7 saniyelik yanıt süresiyle hız ve etkinlik açısından sektörde yeni bir standart belirleyen kampanya, kullanıcılar arasında yüksek etkileşim yarattı. Kampanyanın başarısı sayesinde KızlarSoruyor ile projeyi yıl boyu iletişiminin bir parçası olarak tutma kararı alırken buradan tüketici içgörüsü yaratılması hedeflendi.

4 ödülün ardındaki başarılı kampanya: "Power of Personas"

Smarties Awards Türkiye'deki başarısını sadece yenilikçi teknolojilere değil, aynı zamanda "Power of Personas" yaklaşımına da borçlu olan Versuni, hedef kitlesini derinlemesine anlamak için detaylı persona çalışmaları yürütüyor. Farklı tüketici segmentlerinin ihtiyaçlarını, beklentilerini, alışkanlıklarını ve dijital davranışlarını ortaya koyan bu çalışmalar sayesinde Versuni, her bir persona için özelleştirilmiş içerik ve reklam stratejileri geliştirebiliyor ve doğru mesajı doğru zamanda doğru kanaldan iletebiliyor.



Perakendede Bir Adım Önde!

*İnsan kaynağından saha kontrolüne,
operasyonun her aşamasında yanınızdayız.*

MARKANIZIN
SAHADAKİ GÜCÜ!



pozitera

Tüketiciler fiyattan çok işlevselliğe bakıyor



Küçük ev aletleri sektöründeki sanayici ve ihracatçıların güçlerini birleştirdiği Küçük Ev Aletleri Sanayici ve İhracatçıları Derneği (KESİD), sektör için önemli bir araştırmaya imza attı. Dernek, Türkiye'de ev elektroniği sektörünün talep dinamiklerini takip etmek amacıyla; mevcut ürün sahipliğini, memnuniyet seviyesini ve tüketicinin satın alma niyetli olduğu ürün gruplarını tespit ederek sektörün geleceğine dair öngöründe bulunmak amacıyla bir araştırma gerçekleştirdi. Research İstanbul tarafından yapılan araştırmanın sonuçları, düzenlenen toplantıyla basın mensuplarıyla paylaşıldı. Toplantıya KESİD Mensupları Başkanı Bülent Durlanık, Yönetim Kurulu Başkanı Senur Akın Biçer ile Yönetim Kurulu Üyeleri Murat Kolbaşı, Mustafa Hacısalihoğlu, Rahmi Korkmaz ve Emre Gürsel katıldı.

En fazla büyüme küçük ev aletleri kategorisinde

Raporda ilgi çekici noktalardan birisi de sektörün büyüme ivmesi. 2022 - 2023 yılları arasında %107 büyüyen tüketici teknolojisi pazarında en fazla büyüme %155 ile küçük ev aletleri kategorisinde gerçekleşmiş bulunuyor.

Toplantıda konuşan KESİD Başkanı Senur Akın Biçer, "Tüketici teknolojisi pazarında en fazla büyüme küçük ev aletleri kategorisinde gerçekleşiyor. Tüketicinin daha bilinçli hale gelmesi, şirketlerin Ar- Ge faaliyetlerine verdiği önemin artması, sektördeki kalite yarışı ve rekabet ortamı sektörümüzü büyütüyor. Akıllı teknolojilerin entegrasyonu, çevre dostu ürün geliştirme ve e-ticaretin büyümesinin, sektörü şekillendirecek anahtar faktörler olacağını düşünüyoruz." diye anlatıyor.

Şehirlerdeki yoğun yaşam tarzının, zamanı etkin kullanma ihtiyacını artırarak konutlarda otomatik ve çok fonksiyonlu ev aletlerine olan talebi güçlendirdiğini de ifade eden Senur Akın Biçer, şunları ekliyor: "Özellikle metropollerde, daha küçük yaşam alanları için tasarlanmış, yerden tasarruf sağlayan cihazlar popüler hale gelmiş bulunuyor. Çok işlevli ve kompakt ev aletlerine yönelimde artış gözleniyor. Kombine çamaşır ve kurutma makineleri, mikrodalga ve mini fırınlar, çok amaçlı elektrikli süpürgeleri gibi ürünler öne çıkıyor."

Tüketici en çok ne satın alıyor?

Pandemi sonrasındaki döneme bakıldığında ise zaten yükselişte olan online ve çok kanallı (multi channel) alışveriş trendinin yükselişinin sürdüğü görülüyor. Mobil ödeme imkanları, yüksek değerli yatırımlar, kampanya ve indirimler, teslimat ve kurulum hizmetlerindeki önemli gelişmelerle büyüyen ve kolaylaşan e-ticaretin, geçen yıl 2022'ye göre yüzde 115'lik artışla 1,85 trilyon TL'lik büyüklüğe ulaştığı ve genel ticaret hacmi içindeki payının yüzde 20'lere geldiği biliniyor. Öte yandan TÜİK'e göre 2023'te internete erişim imkanı olan hane oranı yüzde 96'ya, internetten sipariş verme ve satın alma oranı ise yüzde 50'lere ulaşmış durumda.



Senur Akın Biçer
KESİD Yönetim Kurulu Başkanı

T.C Ticaret Bakanlığı İç Ticaret Genel Müdürlüğü'nün 2023 verilerinde de bu kanalı kullanarak beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektörlerinden alışveriş yapan tüketicilerin en çok; airfryer, klima, mutfak ve yemek aletleri, çamaşır makinesi, buzdolabı satın aldıkları gözlemleniyor.

Araştırmada öne çıkanlar

■ Tüketicilerin çoğunun halihazırda sahip olduğu saç kurutma makinesi, tost makinesi, blender/mikser, akıllı TV ve Türk kahvesi makinesi gibi ürünler, temel ihtiyaçları karşılayan ve hemen her evde bulunması beklenen ürünler olarak dikkat çekiyor. Bu gruptaki ürünlerin, pazarda uzun süreli talep görmeye devam edeceği öngörülüyor.

■ Robot süpürge, dikey süpürge, airfryer ve çamaşır kurutma makinesi gibi yenilikçi ürünler, henüz tüm hanelerde yerini bulmasa da tüketicilerin büyük ilgisıyla karşılaşıyor. Bu ürünler, kullanım faydaları keşfedildikçe daha geniş bir kitleye ulaşma potansiyeli taşıyor ve gelecek vaat eden kategoriler arasında.

■ Yakın geçmişte potansiyel vaat eden ürünler arasında yer alan su arıtma cihazının son yıllarda özellikle su fiyatlarındaki artış ve sağlık endişeleri sebebiyle yaygınlaştığı göz önüne alındığında tüketicinin algısında 'demirbaş' ürün kategorisine yaklaşmış olması kayda değer bir bulgu.

■ Su arıtma cihazı, Türk kahvesi makinesi ve akıllı TV gibi yüksek memnuniyet oranlarına sahip ürünlerin, pazarda güçlü konumlarını koruyacağı öngörülüyor. Öte yandan, özellikle sosyal medyada popüler olan airfryer gibi bazı ürünlerin de pozitif kullanıcı deneyimleriyle desteklendikçe pazar paylarını artırma potansiyeline sahip oldukları söylenebilir.

Hayat pahalılığı alışverişi durdurmadı

Zorlu ekonomik koşullara rağmen tüketicilerin kişiselleştirilmiş veya premium deneyimler sunan ürünlere olan ilgisi devam ediyor. McKinsey'in '2023 Tüketici Nabzı' anketine göre, tüketicilerin yüzde 40'ı ekonomik sıkıntılara rağmen kendilerini ödüllendirme arzusuyla harcamaya istekli. Bu durum özellikle genç ve yüksek gelirli tüketiciler arasında belirgin olup, bu gruplar moda, yiyeceklere ve restoranlara harcama yapmayı tercih ediyor.

Hayat pahalılığına rağmen tüketicilerin sadece yüzde 16'sı evde kullanılan geniş bant, mobil bağlantılı veya akış hizmetlerine harcamalarını azaltmayı planlıyor. Bunun, tüketicilerin evlerinde kaliteli ve kişiselleştirilmiş deneyimler sunan ürünlere olan taleplerinin devam ettiğini gösterdiğini ifade eden Senur Akın Biçer, "Küçük ev aletleri sektörü de kişiselleştirme ve premium ürünler sunarak tüketicilerin değişen taleplerine yanıt veriyor" diyor.

Sonuç olarak tüm bu bilgiler; sektördeki değişimlerin tüketici talepleriyle şekilleneceği işaret ediyor. Türkiye'de küçük ev aletleri sektörünün, teknolojik gelişmelerle birlikte daha verimli, fonksiyonel ve kullanıcı dostu ürünler sunarak 2025 yılında da büyümeye devam edeceği öngörülüyor.



SÜPÜRGENİN MUCİDİ HOOVER'DEN, ÜSTÜN TEMİZLEME TEKNOLOJİSİ



HFX

- CORNER GENIE™ başlığı en zorlu köşeleri tek seferde temizler ve üstün manevra kabiliyeti sağlar.
- Başlıkta bulunan ANTI-TWIST™ teknolojisi saçların ve tüylerin başlığa takılmasını önler.
- hOn Uygulamasıyla kılavuzlara, bakım bilgisi uyarılarına ve ipuçları gibi ekstra içerik dünyasına erişebilirsiniz.





“Evetler” ciroyu “hayırlar” karlılığı artırır

Günümüzde vadeli satış gerçekleştiren firmaların temel sorunlarından en önemlisi ödemenin gerçekleşme durumu. Bu durum onca uğraşın çöpe gitmesi olduğu kadar nakit akış döngüsünün de bozulmasına sebep oluyor. Çeşitli çözümlerden bahsetmek elbette mümkün. Gayrimenkul rehin, banka teminat mektubu, kefalet, işletme rehini gibi nispeten daha klasik enstrümanların yanında günümüzde alacak sigorta sistemi de kullanılmakta. Son on yılda kullanımında hız görülen alacak sigorta sistemine değinmekte fayda görüyorum. Alınan her teminatın güçlü ve zayıf yönleri, operasyonel süreçleri ve maliyetleri mutlaka mevcut. Gayrimenkul rehininin davaya konu olması, banka teminatlarının süresi ve maliyetlerinin yönetilmesi gerektiği gibi alacak sigorta sürecinin de titizlikle yönetilmesi oldukça önemli.

Coface, Atradius, Hermes gibi yurt dışı kaynaklı sigorta firmaları olduğu gibi Türk Eximbank ve Devlet destekli ticari alacak sigortası da sektörde yerini almış durumda. Küçük, orta ve büyük işletme paketlerinin yanı sıra yurtdışı alacak sigortası hizmetinden yararlanmak da mümkün. Temel mantığı pek değişmemekle birlikte hizmeti sunan yapıların çeşitli farklı uygulamaları mevcut. Basit anlatımla, öncelikle bir ya da birden fazla alacak sigortası hizmeti verenle anlaşma (poliçe) yapılıyor. Ardından vadeli satış yapmayı planladığınız müşterilerinizi paylaşıyorsunuz. Sigorta firması gerekli incelemeleri tamamlayıp her bir müşterileriniz için skorlama yapıyor ve yine her bir müşteriniz için sigorta kapsamına alacağı tutarı belirliyor. Örneğin A firmasına bir milyon TL güvence veriyse siz belirli bir vadede 1 milyon TL'ye kadar güvence almış olursunuz. Elbette şartları var ve bu bakımdan sigorta poliçesine hâkim olmak ve yönetmek gerekiyor. Kuralı bir sistem olan bu işleyişin işletmelerin en büyük sorunlarından biri olan nakit akışı özelinde endirekt etkisi tartışılmaz. “İşletmenin gücü müşterilerinin gücü kadardır” bunu akılda tutmakta ve buna uygun davranmakta fayda olduğunu düşünüyorum. Bu bakımdan alacaklarımızı ne ölçüde teminat altına alırsak yani paranın geri dönüşünü güvenli hale getirirsek işletmenin sağlığını o derece korumuş oluruz. Cebimizde var olmayan paranın varlıklar/kaynaklar döngüsü içerisinde çok güçlü bir görünümü olmalı.



Bu görünüm yoksa herhangi bir ters rüzgâr (ekonomik dalgalanma, politik riskler, doğal afetler vs) işletmemizi alabora edebilir. Kısaca ve temel bilgiler verelim ve bu konunun önemini aklımızda tutarak devam edelim;

- Açık hesap ve/veya çekli satışlar güvence altına alınır.
- 30 günden 360 güne kadar faturalı alacaklarınızı sigortalayabilirsiniz.
- Poliçe başlangıç tarihinden sonraki oluşan alacakları kapsar.
- Poliçeden sonra her bir müşteri için ayrıca sorgulama ücreti ödenir.
- Hasar sonrası güvence oranı %70 ile %90 arasında değişmektedir.
- Düzenlenen faturalarda vade bilgisinin yer alması gerekmektedir.
- Faturaların vadelerinin azami ödeme süresinden daha uzun vadeli düzenlenmemelidir.
- Sigorta şirketinin talep ettiği her türlü belgenin doğru ve eksiksiz olması gerekmektedir.

Satış döngüsünün tamamlanması paranın kasanıza girmesiyle gerçekleşir. Ciro bağımlısı firmaları ben genellikle “obez” firmalar olarak tanımlıyorum. Ciro ifadesi tek başına önemli bir anlam taşımaz demek mümkündür. Bu cironun;

- Vadeli alacak oranı ve alacak ortalama vadesi
- Stok alış vadesi /satış vadesi uyumu (negatif uyumsuzluk finansman maliyeti yaratır)

- Alacakların güvence durumu (karşılıklar/güvenceler)
- Faaliyet karlılığı ve vergi öncesi kar
- Adetsel büyüme (enflasyonist ortamda parasal ciro büyümesi gerçekçi olmayabilir) gibi detaylarına bakmak oldukça önemli.

Sağlıklı ve sürdürülebilir büyüme birçok bakımdan hassasiyet gerektirir. Bu hassasiyeti prensip haline getirmek ve şirketimizin altın kurallarını kişiye ve gelip geçici durumlara göre değiştirmemekte fayda olacağı görüşündeyim.

Yazımı bitirmeden önce Türkiye’de barter sistemi ve hizmet veren kuruluşların reel ticaretin içerisinde etkisini arttırdığını gözlemliyorum. Bu firmalar eski söylemle mal veya hizmet takasında aracılık görevini üstleniyorlar. Benim bildiklerim Türk Barter ve Garanti Barter. Görüşme fırsatım oldu ve çok ilginç işlere imza atıyorlar. Kötü/satışı zor durumdaki stoklar değerlendirebileceği gibi proje işler de konuşulabilir. İğneden ipliğe ürün takasını gerçekleştiriyorlar. Barter çekinizi alıp başka bir ürün hizmetten faydalanma imkânı sunuluyor. Örneğin modası geçmiş stoklarınızı verip karşılığında reklam hizmeti alabilirsiniz. İşinize yaramayan bir ürünü işinize yarayabilecek ürün veya hizmetle değişim imkânı sunan bu yapıların ticaret hayatına faydalı ve önemli bir ara görev sunduğunu söylemek mümkün.

“Evetler” ciroyu “hayırlar” karlılığı artırır. Hoşçakalın.

arnica™

HER ZAMAN

ELİNİZİN ALTINDAKİ GÜÇ

25^{DK}
Kesintisiz
kullanım süresi

YENİ

sofa
GOLD

KABLOSUZ ŞARJLI SÜPÜRGE



KOLAY TOZ BOŞALTIMA - BAS BOŞALT HAZNE

DAR UÇLU BORU



KÜÇÜK VE HAFİF

SAKLAMASI KOLAY

NORMAL EMİŞ

YÜKSEK EMİŞ

ÇİFT KADEMELİ
HIZ SİSTEMİ

3^{yıl}
garanti



En güçlü robot süpürge Roborock Qrevo Curv Türkiye'de

Euromonitor 2023 verisine göre ciro bazında dünyada birinci, Marketing Türkiye araştırmasına göre ise Türkiye'de lider marka Roborock, pazarın en yüksek performanslı robot süpürge modeli olan Qrevo Curv'ü Türkiye'de satışa çıkardı. 4 cm'e kadar eşiklerden aşabilen, 75 derece suyla mopunu dezenfekte edilebilen Qrevo Curv, robot süpürgeyi yeniden tanımlıyor.

Devrim niteliğinde emiş gücü

Robot süpürgeciğin dikkat çeken özelliklerinin en başında 18.500 Pa HyperForce emiş gücü geliyor. Klasik ve dikey süpürgelerin bile ötesinde bir emiş gücüne sahip olan Qrevo Curv, kalın halılarda bile çok yüksek performans gösterebiliyor. Sektör lideri 18.500 Pa emiş gücü sayesinde en ufak tozları da toplamayı başarıyor.

Özel olarak geliştirilen DuoDivide™ Ana Fırça, saçların dolanmasını engelleyip toplayan, spiral bıçak tasarımlı, çift kısa fırçalı makaradan oluşuyor. Geliştirilen özel tasarım, saçların fırçaların etrafında dolmasını veya ulaşılması zor alanlarda birikmesini önüyor. Bu sayede saç dolanma oranı sıfıra iniyor. Ayrıca Flexi Arm tasarımlı yan fırçası ve paspası sayesinde köşelerde ulaşılması zor alanlardaki kıl ve tüyleri kolayca temizliyor; temizlenmeyen kenar, köşe bırakmıyor.

4 cm'ye kadar eşik atlıyor

Roborock Qrevo Curv, sektörde ilk olan AdaptiLift Gövde sistemiyle de temizlikte yeni bir boyuta geçiş yapıyor. AdaptiLift Gövde,



bağımsız olarak ayarlanabilen üç tekerlekli kontrol (sol ve sağ ana tekerlekler ile omni-tekerlek) sistemi ile robot süpürgeciğin temizlik yaparken 10 mm'ye kadar yükselmesine olanak tanıyor. Sadece bununla kalmayıp 4 cm yüksekliğindeki çift katmanlı eşikleri geçerek engebeli ya da düz zemin fark etmeksizin tüm alanlardaki kirleri üstün performansı ile temizleyebiliyor.

TCL, yenilikçi FreshIN 3.0 ve VoxIn klima serilerini tanıttı

Tüketici teknolojisinde lider isim TCL, yenilikçi klima çözümlerini ve ileri seviyedeki üretim teknolojilerini tanıttı. Şirket, gelişmiş mühendislikle tasarlanmış FreshIN 3.0, BreezeIN ve VoxIn klima serileriyle iklimlendirme çözümlerindeki standartları üst düzeye taşıyor.

Ürünlerde yenilikçi ve kullanıcı odaklı tasarım

Hava kalitesini artırmayı hedefleyen gelişmiş özelliklerle donatılan FreshIN 3.0 AC Serisi koku giderme ve QuadruPuri filtre teknolojisi sayesinde sağlıklı bir yaşam ortamı sunuyor. Ayrıca, A+++ enerji sınıfı ve yapay zeka tabanlı sıcaklık kontrolü ile %40'a kadar enerji tasarrufu sağlıyor.

TCL'in bir başka yenilikçi klima çözümlerinden BreezeIN AC Serisi; çevrimdışı ses kontrolü, yapay zekâ destekli enerji yönetimi ve uzun mesafeli hava akışı gibi özelliklerle donatılarak, zorlu iklim koşullarında bile sürdürülebilir soğutma deneyimi sunmak için tasarlandı.

İleri düzey teknolojilerle donatılmış akıllı üretim merkezi

TCL'in yeni nesil klima çözümleri, Wuhan'da bulunan dünya standartlarındaki üst düzey teknoloji altyapısı ile çalışan akıllı üretim merkezinde hayata geçiriliyor. Yüksek otomasyon seviyesine sahip akıllı üretim tesislerinde, mühendislik hassasiyeti ve sıkı kalite kontrol süreçleriyle üretilen bu ürünler, TCL'in yenilikçi vizyonunu ve üst düzey kalite standardı odaklı yaklaşımını yansıtıyor.

TCL'in, sağlık odaklı yaşam, enerji verimliliği ve kullanıcı dostu tasarımlara yönelik çözümleri, modern tüketici ihtiyaçlarına cevap veren ve yaşam kalitesini artırmayı hedefleyen ürünlerle global liderliğini pekiştiriyor.




TANGESIR
date products
distributed by DFN



TATLI ANLARIN



EN DOĞAL HALİ





YARIM ASIRLIK HAZİNELER 1975'in EN İYİ 6 FİLMİ



1. Salo Ya Da Sodom'un 120 Günü (İtalya)

İtalyan sinemasının devlerinden, şair ve yazar Pier Paolo Pasolini'nin son filmi. Film henüz vizyona çıkmadan öldürülmüştü.

Marquis de Sade'in eserinden serbestçe uyarlanan film, II. Dünya Savaşı yıllarında birkaç faşistin Kuzey İtalya'da kısa soluklu bağımsız Salo Devleti'nde 30 kadar kız/erkek genci nasıl şiddet, seks, aşağılama ve işkenceye tabii tuttuklarının anlatımı.

Faşizmin, kötülüğün en saf halinin cesurca perdeye aktaran filmin çok çarpıcı, hassas insanların kaldıramayacağı sahneleri var. Balyoz gibi bir başyapıt.



2. One Flew Over Cuckoo's Nest (ABD)

Büyük 5 Oscar'ı (Film, Yönetmen, Aktör, Aktris, Senaryo) kazanan tarihteki 3 filminden biri. Jack Nicholson aday gösterildiği üst üste 3. Yılda ödülü ilk kez almış oldu. Daha sonra 2 kez daha alacaktı.

Usta Çek yönetmen Milos Forman da ilk Oscar'ını bu filme alacaktı. İkincisini Amadeus (1984) ile.

Bir akıl hastanesinde geçen filmde, Jack Nicholson ve antagonist hemşire başta müthiş bir oyuncu kadrosu, oyunculuk resitali veriyorlar.



3. Hababam Sınıfı (Türkiye)

Rifat Ilgaz üstadın ölümsüz eserinden aşilamaz Ertem Eğilmez başyapıtı. Senaryo Umur Bugay'a ait. 5 tane de devam filmi yapıldı.

Gülmekten yerlere yatırır ama bazı küçük anlarda da gözünüzden birkaç damla yaş getirir.

Sonradan hepsi efsaneleşecek kadrosuyla bu "anlatılmaz / yaşanır " komedi klasiğini 5 kereden az izlemiş olan bizden değildir (!).



4. Jaws (ABD)

Sinema sektörünü değiştiren film. Dünyanın ilk "summer blockbuster"ı. Yönetmen Steven Spielberg'ü dünyaya tanıtan film.

Başından sonuna kadar bir merak ve gerilim temposu içinde ilerleyen film, açık ara sinemanın ürettiği en iyi köpekbalığı filmi. Giderek kötüleşen 4 filmlik de bir serisi var.



5. Monty Python And The Holy Grail (İngiltere)

İngiliz televizyonunun gelmiş geçmiş en komik skeç topluluğunun ilk sinema deneyimi, altı kişilik fantastik grubun iki Terry'sinin yönetiminde ve ortak bir senaryoyla parlak bir komedi başyapıtı olarak ortaya çıkmış.

Eksantrik ve zamansız parodilerle Kral Arthur'un hikâyesi enfes bir şekilde ti'ye alınmış.



6. Dog Day Afternoon (ABD)

Gerçek bir olaydan esinlenen film, üç amatör soyguncunun trajikomik ama heyecanlı banka soygunu hikâyesinin anlatıyor.

Soyguncularının başının (Al Pacino) amacı, kadın olmak isteyen sevgilisinin ameliyatı için para sağlamak olunca olay tam bir medya sirkine dönüşüyor.

Sidney Lumet ustadan en iyi senaryo Oscar'ını alan bir sosyal drama-aksiyon filmi.



OCAK 2025 • SAYI: 307

İmtiyaz Sahibi
Dağıtım Kanalı Reklam Ajansı
Yıldırım SÖYLEMEZ

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Yıldırım SÖYLEMEZ
yildirim.soylemez@dagitimkanali.com.tr
+90 542 215 31 37

Yazı İşleri Müdürü
Kağan DEMİRGİL
haber@dagitimkanali.com.tr

Reklam ve Halkla İlişkiler Direktörü
Funda SÖYLEMEZ
funda.soylemez@dagitimkanali.com.tr

Grafik
Ali ANIL
aliosmananil@gmail.com

Yönetim Yeri ve Adresi
Dağıtım Kanalı Reklam Ajansı
Atatürk Mah. Ertuğrul Gazi Sok.
Metropol İstanbul A Blok No:2E K.21 D.331
Ataşehir / İstanbul
Tel: (0216) 709 70 80 Faks: 0850 522 34 03

Baskı
Şan Ofset Matbaacılık
Hamidiye Mah. Anadolu Cad. No: 50
Kağıthane / İstanbul
Tel: (0212) 289 24 24

Dağıtım
Etkin Dağıtım

Yayın Danışmanı
AJANS DİJİTAL KALEM

Dijital Kalem

ISSN 1302 - 308X

www.dagitimkanali.com.tr

Tüm yayın hakları Dağıtım Kanalı Reklam Ajansı'na aittir. Dağıtım Kanalı, dayanıklı tüketim malları sektöründe aylık olarak yayımlanır. Basın kanununa göre yerel-sürelî yayındır.

Kaynak göstermek kaydıyla alıntı yapılabilir. Reklam ve uzman yazıları firmaların kendi sorumluluğundadır.

Bu dergide yayımlanan herhangi bir haber veya yazar görüşü, reklam alanları hariç hiç bir şekilde reklam olarak kabul edilemez. Bu yüzden firmalar arasında doğacak ihtilaflardan Dağıtım Kanalı dergisi sorumluluk kabul etmez.

Dağıtım Kanalı dergisi Basın Meslek İlke ve Etikleri'ne uymaya söz vermiştir.



Sektörel Yayıncılar
Derneği Üyesidir.
www.seyad.org

Fantom

"Yaşamı kolaylaştıran ev aletleri"

Yeni Yıla Lezzetli Bir Başlangıç:
Şef Sizziniz!



fantomevaletleri



Fantom Ev Aletleri



fantom.com | fantomshop.com

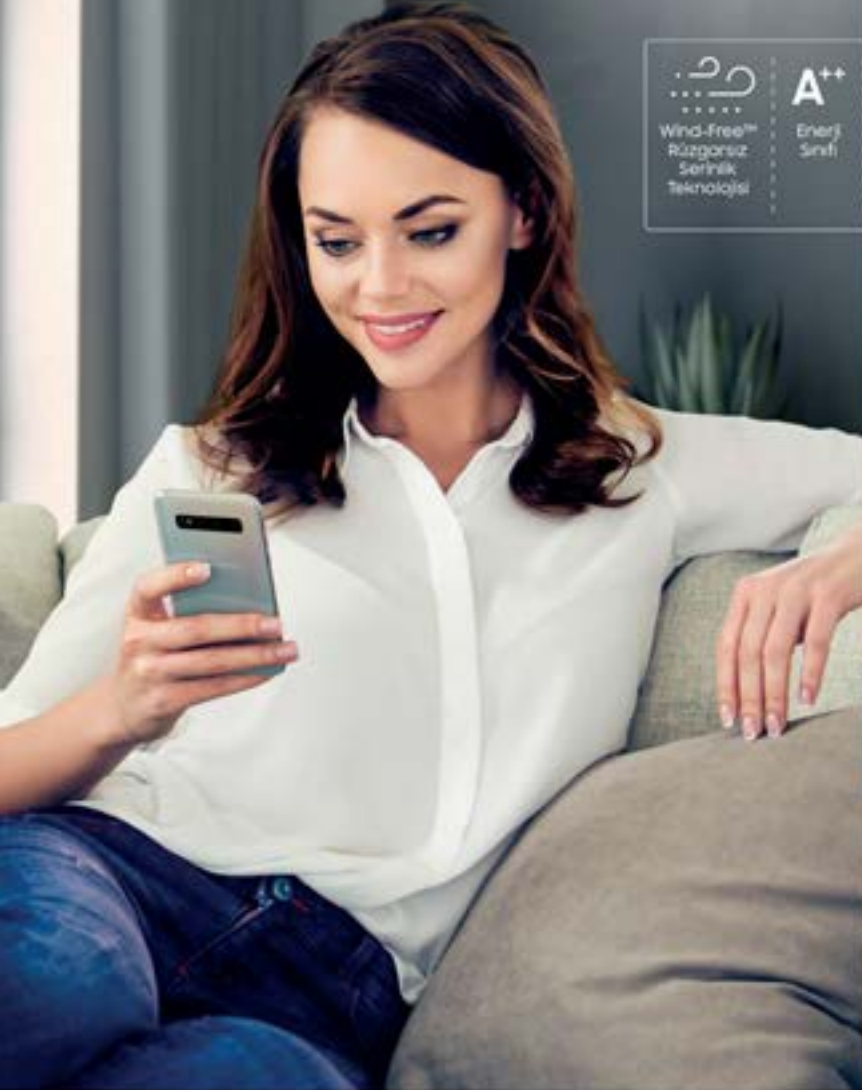
SAMSUNG

DÜNYADA İLK
RÜZGARSIZ
SERİNLİK TEKNOLOJİSİ

Samsung Klima Sistemleri



Samsung klima alımlarınızda
en avantajlı çözümler ile yanınızdayız



GÜRSES
KURUMSAL



/gurseskurumsal



/gurseskurumsal



WhatsApp Hatı: 0531 732 74 40

Birlik Mh. M. Akif İnan Cd. No:4 Gürses Plaza K:2 Esenler, İstanbul Tel: +90 444 95 96 www.gurseskurumsal.com